



КОНФЕРЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ
ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ

Distr.
GENERAL

TD/B/WG.6/5
28 March 1995

RUSSIAN
Original: ENGLISH

СОВЕТ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ

Специальная рабочая группа по торговле,
окружающей среде и развитию

Вторая сессия

Женева, 6 июня 1995 года

Пункт 4 предварительной повестки дня

СВЯЗАННЫЕ С ТОРГОВЛЕЙ, ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДОЙ И РАЗВИТИЕМ
АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ
ПРОГРАММ ЭКОМАРКИРОВКИ

Доклад секретариата ЮНКТАД

СОДЕРЖАНИЕ

	<u>Пункты</u>
Резюме	1 - 7
I. ВЛИЯНИЕ ЭКОМАРКИРОВКИ НА ТОРГОВЛЮ	8 - 15
A. Товарный охват схем экомаркировки	11
B. Возможный дискриминационный эффект	12
C. Издержки производителей развивающихся стран в связи с соблюдением требований к экомаркировке и их экспортная конкурентоспособность	13
D. Экомаркировка и правила международной торговли	14 - 15
II. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ЭКОМАРКИРОВКИ	16 - 40
A. Введение	16 - 20
B. Установление критериев экомаркировки	21 - 29
1. ПМП, импортируемые товары и потребитель	24 - 26
2. Критерии экомаркировки, нацеленные на решение глобальных экологических проблем	27 - 29
C. Рыночные ниши для экомаркированных товаров	30 - 35
1. Предпочтения, отдаваемые потребителями экомаркированным товарам	31
2. Государственные закупки	32
3. Реакция производителей на экомаркировку	33 - 35
D. Экологические последствия для развивающихся стран	36 - 40
1. Влияние программ экомаркировки в развитых странах	36 - 38
2. Экомаркировка в развивающихся странах	39 - 40
III. АСПЕКТЫ ЭКОМАРКИРОВКИ, СВЯЗАННЫЕ С РАЗВИТИЕМ ..	41 - 46
A. Мелкие фирмы	42
B. Наименее развитые страны (НРС)	43 - 44
C. Роль учреждений по оказанию помощи	45 - 46

СОДЕРЖАНИЕ (окончание)

	<u>Пункты</u>
IV. ОТРАСЛЕВЫЕ ВОПРОСЫ	47 - 58
A. Целлюлоза и бумага	48 - 50
B. Текстильные изделия и одежда	51 - 53
C. Обувь	54 - 58
V. УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН	59 - 96
A. Транспарентность	60 - 77
1. Концепции транспарентности	60 - 62
2. Транспарентность на различных этапах процесса экомаркировки	63 - 69
3. Изучение рынка и другие вспомогательные исследования	70 - 72
4. Параметры повышения уровня транспарентности	73 - 77
B. Руководящие принципы	78 - 80
C. Применение критериев ПМП	81 - 87
1. Изъятия	82
2. Соблюдение местных экологических требований	83 - 84
3. Подход, основанный на анализе движения товара от момента его создания до момента доставки к границе экспортера	85 - 86
D. Эквивалентность	87
E. Взаимное признание	88 - 90
F. Техническая помощь	91 - 96
VII. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	97 - 101

Резюме

1. В соответствии с положениями своего круга ведения Специальная рабочая группа по торговле, окружающей среде и развитию занимается, в частности, изучением вопросов международного сотрудничества в области экомаркировки. Группа приступила к рассмотрению этой темы на своей первой сессии, состоявшейся 28 ноября – 2 декабря 1994 года, сосредоточив внимание i) на сравнительном анализе существующих и планируемых программ и обсуждении таких концепций, как взаимное признание и эквивалентность; а также ii) на изучении возможных путей учета интересов развивающихся стран при разработке критериев экомаркировки. Большую помощь в проведении дискуссий оказал доклад секретариата TD/B/WG.6/2, посвященный теме "Экомаркировка и рыночные возможности экологически благоприятных товаров" 1/. Рабочая группа постановила продолжить работу над этой тематикой на своей второй сессии, поставив во главу угла анализ "связанных с торговлей, окружающей средой и развитием аспектов создания и осуществления программ экомаркировки".

2. Исходя из анализа, приведенного в докладе TD/B/WG.6/2, и итогов дискуссий, состоявшихся на первой сессии, в главе I анализируется вопрос о влиянии экомаркировки на торговлю. В ней делается вывод, что в тех случаях, когда экомаркировка является важным фактором на рынке, ее влияние может быть сходным с влиянием регламентационных мер. В этом случае воздействие на торговлю определяется товарным охватом программ экомаркировки, размерами издержек, связанных с соблюдением требований к экомаркировке, и возможным эффектом дискриминации иностранных производителей. В некоторых случаях экомаркировка, не затрагивая саму реализуемую продукцию, может сказываться на торговле требующимися для ее производства ресурсами.

3. Экологический эффект экомаркировки (глава II) зависит от продуманности и значимости критериев экомаркировки, а также от количества экомаркированных товаров. Экомаркировка может быть эффективным рычагом маркетинга в природоохранных целях в том случае, если население знает о программах экомаркировки и преимуществах экомаркированных товаров, а производители заинтересованы в поставке на рынок значительного объема экомаркированных товаров. Накопленный опыт свидетельствует о том, что по показателям количества товаров, которым присваивается знак экомаркировки, и той доли, которую завоевывают на рынке экомаркированные товары, успех программ экомаркировки может быть разным. Если вести речь об экомаркировке в развивающихся странах, то необходимо отметить, что, поскольку внутренний рынок для экологичной продукции в них, как правило, невелик, экомаркировка будет создавать значительный эффект только в том случае, если коррективы, вносимые с целью получить право на знак экомаркировки, будут содействовать также повышению экспортной конкурентоспособности.

4. Что касается влияния экомаркировки на развитие (глава III), то главное беспокойство вызывает то обстоятельство, что негативное влияние экомаркировки на экспорт развивающихся стран, по всей вероятности, будет иметь определенные

отрицательные последствия и для процесса их развития. Соблюдение критериев экомаркировки может быть сопряжено со значительными затратами для фирм в развивающихся странах, и прежде всего для фирм наименее развитых стран, а также мелких и средних предприятий. Следовательно, при выборе товарных категорий для присвоения знаков экомаркировки и определении критериев важно учитывать влияние экомаркировки на развивающиеся страны, и в частности на наименее развитые из них. Экомаркировка не предназначена, да и не может служить в первую очередь инструментом развития развивающихся стран.

5. В главе IV более подробно анализируется ряд вопросов, поднятых в докладе, на основе ряда тематических исследований, проведенных в трех секторах, представляющих экспортный интерес для развивающихся стран: целлюлозно-бумажная продукция, текстильные изделия и одежда, а также обувь. Во всех этих секторах возможность присвоения знака экомаркировки тому или иному товару во многом зависит от используемых материалов, и в этой связи многие из соответствующих критериев связаны с процессами и методами производства (ПМП). Например, в комплекс критериев, определяющих степень экологичности обуви, входят технологические критерии, связанные с процессом дубления кожи. В большинстве отраслевых исследований делается вывод о том, что соблюдение экологических критериев в отношении определенных видов продукции будет оказывать существенное влияние на конкурентоспособность, прежде всего мелких фирм.

6. В главе V предлагаются средства и методы учета интересов развивающихся стран в области экомаркировки. Исходя из итогов дискуссии, проведенной на первой сессии Рабочей группы, а также дополнительного анализа секретариата, в этой главе развиваются предложения, выдвинутые в докладе TD/B/WG.6/2, в частности по таким вопросам, как транспарентность и применение критериев, основанных на ПМП, к импортируемой продукции. При этом делается вывод о том, что если на национальном уровне процесс экомаркировки может быть достаточно транспарентным, то в тех случаях, когда речь заходит об экомаркировке товаров, представляющих большой интерес для иностранных производителей с точки зрения экспорта, уровень транспарентности резко падает. В главе V.A анализируются возможные параметры, которые в состоянии помочь органам, занимающимся вопросами экомаркировки, в определении тех категорий товаров, которые представляют особый интерес для развивающихся стран с точки зрения экспорта. При этом делается вывод о том, что для обеспечения полной транспарентности, помимо производителей товаров, которым присваиваются знаки экомаркировки, к процессу установления критериев необходимо привлекать также поставщиков материалов.

7. В ИСО достигнут определенный прогресс в разработке проектов руководящих принципов, нацеленных на обеспечение авторитетности и недискриминационного характера экомаркировки. Вместе с тем ряд вопросов по-прежнему вызывает тревогу. Например, это касается взаимосвязи между экомаркировкой и правилами многосторонней торговой системы, и в частности положениями Соглашения по техническим барьерам в торговле (вопрос, включенный в круг ведения Комитета ВТО по торговле и окружающей среде);

операционных издержек, связанных с сосуществованием разных схем экомаркировки; а также применения критериев ПМП к импортируемой продукции. В докладе указывается также, что в тех случаях, когда продукция в основном импортируется, (например, текстильные изделия и обувь), к разработке схем экомаркировки такой продукции следует подходить крайне осмотрительно. Особую осторожность следует проявлять в случаях, если критерии для таких товаров основаны на ПМП. В дальнейшем анализе нуждаются такие концепции, как взаимное признание и "эквивалентность".

Г. ВЛИЯНИЕ ЭКОМАРКИРОВКИ НА ТОРГОВЛЮ

8. На момент написания настоящего доклада ни один производитель из развивающейся страны не использовал для сбыта своих товаров в страны ОЭСР экомаркировки "типа I" (знаки экомаркировки, присваиваемые третьей стороной товарам, которые отвечают установленным экологическим критериям) 2/. Хотя данные об отказах в удовлетворении заявок на присвоение этих знаков отсутствуют, не исключено, что ни один производитель из развивающихся стран пока не подал заявок на такие знаки. Тем не менее экомаркировка, по-видимому, затронула производителей в развивающихся странах по двум аспектам. Во-первых, экомаркировка, вероятно, привела к снижению конкурентоспособности немаркированных товаров на конкретных рынках. Поступило, например, сообщение о том, что после введения экомаркировки импорт высокосортной бумаги бразильского производства в Норвегию резко сократился 3/. Во-вторых, экомаркировка, вероятно, сказалась на поставщиках материалов, используемых в производстве экомаркированных товаров. Точно установить, произошло ли все это на самом деле, довольно трудно. Однако главные опасения, высказывавшиеся бразильскими экспортерами целлюлозы в связи с недавним введением в Европейском союзе системы экомаркировки папиросной бумаги, касались именно такого косвенного влияния этой схемы. В обувной промышленности экомаркировка может сказываться на кождубильных предприятиях в развивающихся странах 4/.

9. Аспекты возможного воздействия экомаркировки на торговлю были подробно проанализированы в документе TD/B/WG.6/2. Экомаркировка приводит к дифференциации товаров по критерию их экологического качества и тем самым может влиять на конкурентоспособность. Поскольку экомаркировка носит добровольный характер, фирмы-экспортеры могут либо подавать заявки на присвоение знака экомаркировки своей продукции (стремясь повысить свою конкурентоспособность за счет неценовых факторов), либо продолжать поставку немаркированных товаров (стремясь повысить свою конкурентоспособность за счет ценовых факторов). Однако в тех случаях, когда экомаркировка представляет собой важный фактор на рынке, ее влияние может быть сходным с влиянием обязательных регламентаций. В таких случаях в связи с экомаркировкой могут возникать вопросы, касающиеся доступа к рынкам, в особенности когда складывается мнение о дискриминационном характере схем экомаркировки в отношении иностранных производителей.

10. Экомаркировка в развитых странах может предоставлять производителям из развивающихся стран возможность получать надбавки к ценам, которые могут быть для них недоступными на их отечественных рынках. Один из ключевых вопросов заключается в следующем: позволяют ли фирмам целенаправленные усилия по освоению определенной ниши на потенциальном рынке экомаркированных товаров возместить – за счет надбавок к ценам и/или увеличения доли на рынке – издержки, связанные с перестройкой их производственных процессов и с использованием исключительно тех материалов, которые отвечают критериям экомаркировки. Как будет указано в главе II, иногда потребители не

реагируют на экомаркировку и получить выигрыш в цене при этом бывает довольно сложно. Отсюда следует, что вложение дополнительных средств с целью получения права на знак экомаркировки может быть сопряжено с определенным экономическим риском.

А. Товарный охват схем экомаркировки

11. Программы экомаркировки охватывают целый ряд товарных категорий. Некоторые из этих категорий, например изделия из бумаги, моющие средства, аккумуляторы, краски и отдельные бытовые приборы, охвачены различными программами. Многие группы товаров выбираются исходя из их значимости на этапе окончательного удаления и/или их потенциального вклада в рециркуляцию. Можно привести и другие причины, по которым отдельные категории товаров могут включаться в разные программы. Например, успех какой-то одной программы экомаркировки конкретных товарных категорий – с точки зрения реакции производителей – может побуждать к включению аналогичных категорий товаров в другие программы. Кроме того, анализ товарных групп, охватываемых программами экомаркировки, свидетельствует о том, что развивающиеся страны начинают сильнее ощущать на себе воздействие программ экомаркировки в развитых странах, и прежде всего в Европейском союзе. Главным образом из-за предполагаемого введения знаков экомаркировки на текстильные изделия (хлопчато-бумажные майки с коротким рукавом и постельное белье) и обувь оказывается, что 45% (по стоимости) импорта товаров тех категорий, которые намечено охватить программами экомаркировки в Европейском союзе, приходится на поставки из развивающихся стран и Китая 5/.

В. Возможный дискриминационный эффект

12. Хотя критерии присвоения знаков экомаркировки одинаковы и для отечественных, и для иностранных поставщиков, де-факто экомаркировка может иметь дискриминационные последствия для иностранных производителей. В какой-то мере трудности, с которыми сталкиваются иностранные поставщики в деле получения для своей продукции права на знак экомаркировки, представляют собой самые обычные неудобства, которые испытывает экспортер по сравнению с отечественными производителями. Однако некоторые аспекты экомаркировки, в частности применение подхода, основанного на жизненном цикле продукции, усугубляют ее потенциальный дискриминационный эффект, в особенности когда речь идет о производителях из развивающихся стран. Возможные дискриминационные последствия могут быть обусловлены рядом факторов:

- а) как правило, во главу угла программ экомаркировки ставятся национальные природоохранные задачи и они базируются на технологиях страны-импортера, в связи с чем ими могут и не охватываться приемлемые товары и производственные процессы в стране-производителе. Критерии экомаркировки зачастую оказываются недостаточно гибкими и не отражают специфику местных экологических условий и приоритетов страны-производителя;

- b) определение товарных групп и установление критериев и пороговых уровней может создавать преимущества для отечественных производителей по сравнению с иностранными изготовителями. Критерии экомаркировки могут разрабатываться с прицелом на ту технологию, к которой отечественным фирмам легче получить доступ;
- c) экомаркировка может вынуждать иностранных изготовителей соблюдать критерии, которые являются неуместными для страны-производителя 6/. Так, если какая-либо фирма желает подать заявку на присвоение своей продукции знака экомаркировки, то она может оказаться вынужденной импортировать технологии, которые были разработаны для борьбы с выбросами загрязнителей, создающими большие проблемы в импортирующей стране, но не имеющими такого серьезного характера в стране, где такая фирма расположена 7/;
- d) природоохранная инфраструктура может быть в разных странах неодинаковой (например, муниципальные установки для очистки сточных вод; установки для обработки и удаления твердых отходов; станции рециркуляции) 8/;
- e) обеспечение закупок химических веществ и других материалов, которые являются приемлемыми для использования в экомаркированных товарах, может представлять собой трудную задачу для иностранных производителей, в особенности в развивающихся странах. Это может приводить также к дискриминации иностранных поставщиков сырья и полуфабрикатов, используемых в производстве экомаркированных товаров;
- f) определенные параметры, используемые для расчета воздействия товаров на окружающую среду на протяжении их жизненного цикла, могут быть основаны на информации, собранной в импортирующей стране или странах с сопоставимыми экологическими условиями, и могут переоценивать воздействие этих товаров на окружающую среду в стране-производителе. Например, параметры, используемые для оценки энергии, потребляемой при производстве товаров, могут и не отражать условий, преобладающих в стране-производителе.

**С. Издержки производителей развивающихся стран в связи с
соблюдением требований к экомаркировке и их
экспортная конкурентоспособность**

13. Товары, представляющие значительный интерес для развивающихся стран с точки зрения экспорта, начали включаться в программы экомаркировки развитых стран лишь совсем недавно, и в этой связи продукция развивающихся стран все еще не имеет экознаков "типа I". Таким образом, эмпирические данные об издержках производителей из развивающихся стран, связанных с соблюдением требований к экомаркировке, отсутствуют. Однако, как показал ряд конкретных исследований, проведенных аналитическими группами в развивающихся странах в рамках проекта технического

сотрудничества под эгидой МЦИР, реорганизационные затраты фирм, стремящихся выйти на уровень критериев экомаркировки, могут быть значительными. Особенно актуальное значение имеют издержки, связанные с использованием строго конкретных химических веществ и других сырьевых материалов, затраты на капиталовложения, а также расходы на проведение испытаний и проверок. Создание и производство товара, отвечающего экологическим критериям, могут быть сопряжены с особенно крупными расходами для мелких производителей (см. главу III). Кроме того, иностранные производители могут оказываться вынужденными затрачивать большие средства для соблюдения технологических критериев, которые, как правило, устанавливаются исходя из экологических и технологических условий в стране-импортере. К другим затратным факторам относятся лицензионные платежи (см. также доклад TD/B/WG.6/2, пункты 34-41).

Д. Экомаркировка и правила международной торговли

14. Колоссальное значение с точки зрения преодоления или смягчения возможных негативных последствий экомаркировки для торговли имеют укрепление международного сотрудничества и повышение транспарентности. Один из важных вопросов, возникающих в этой связи, - взаимосвязь экомаркировки с ВТО, и в частности с Соглашением по техническим барьерам в торговле (ТБТ).

15. Вопреки широко распространенному мнению, то обстоятельство, что экомаркировка представляет собой добровольный механизм и проводится неправительственными органами, еще отнюдь не означает, что экомаркировка не будет охвачена Соглашением по ТБТ. На деле добровольные стандарты, устанавливаемые центральным правительством, местными органами власти, неправительственными или региональными органами, охватываются Кодексом добросовестной практики по вопросам подготовки, утверждения и применения стандартов (приложение 2 к Соглашению по ТБТ). В контексте взаимосвязи между экомаркировкой и правилами ВТО главное значение может иметь использование критериев ПМП, которые не имеют отношения к (экомаркированному) товару.

II. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ЭКОМАРКИРОВКИ

A. Введение

16. В последние годы во всем мире, и прежде всего в развитых странах, возросло беспокойство по поводу воздействия продукции на окружающую среду. Традиционно сердцевинной экологической политики, сориентированной на сам товар, было регулирование одной стадии жизненного цикла продукции, обычно использования или окончательного удаления, и одного конкретного экологического аспекта (например, какого-либо вещества, содержащегося в продукции). При проведении такой политики предпочтение зачастую отдавалось таким рычагам, как технические стандарты и нормы.

17. Экологическая политика, нацеленная на обеспечение чистоты товаров, все активнее ориентируется на становление таких моделей потребления, при которых обеспечивалось бы снижение экологического стресса. В Повестке дня на XXI век было признано, что "промышленно развитым странам следует взять на себя роль лидера в формировании рациональных структур потребления" 9/. Цель "экотоварной политики" заключается в поощрении производителей, предприятий сети розничной торговли и потребителей к неуклонному ослаблению воздействия товаров на окружающую среду 10/. Сфера охвата экотоварной политики становится все шире, и ее предметом все чаще становится регулирование самых разных экологических аспектов, включая аспекты, связанные с "устойчивым развитием", а также с различными стадиями жизненного цикла продукции. Экотоварная политика направлена, например, на снижение энергоемкости и материалоемкости товаров, на сведение к минимуму отходов, полный отказ от использования опасных веществ, содействие повторному использованию и рециркуляции продукции и продление срока использования товара. В такой политике используется целый комплекс рычагов, включая регламентационные меры, рыночный инструментарий и механизмы информационного характера, многие из которых носят добровольный характер, например экомаркировка. Меры, рассчитанные на информирование потребителя и повышение его осведомленности относительно экологических преимуществ того или иного товара, в состоянии порождать "спросовое давление", которое может стимулировать инновационный процесс, и тем самым дополнять или даже заменять меры нормативного характера. Подходы, основанные на информировании потребителя, стимулируют новаторство, поскольку они, во-первых, никак не ограничивают возможности для маневра в решении экологических проблем и, во-вторых, создают стимулы для превышения компаниями действующих стандартов 11/.

18. Экологической политике, сориентированной на потребительские товары, придается огромное значение в ряде развитых стран. Эффективному проведению экотоварной политики, нацеленной на снижение экологического стресса, могут помочь учет предпочтений, отдаваемых потребителями экологичной продукции, а также наличие природоохранной инфраструктуры и современных технологий. В ряде случаев экотоварная политика уже доказала свою эффективность. Например, в Нидерландах свыше 95% моющих средств с 1990 года не имеют в своем составе фосфатов, главным образом

благодаря достигнутой в этой отрасли договоренности 12/. Что касается экомаркировки, то, как было сообщено, в результате осуществления германской программы "Блу эйнджел" ("Синий ангел"), через несколько лет после введения знаков экомаркировки на мазутные и газовые нагреватели выбросы двуокиси серы, угарного газа и оксидов азота сократились более чем на 30%, а энергоэффективность этих приборов значительно возросла. Помимо этого, после введения знака экомаркировки доля красок и лаков с низким содержанием растворителей на рынке выросла с 1% до 50%, а количество растворителей, выбрасываемых в природную среду, согласно оценкам, сократилось примерно на 40 000 тонн 13/.

19. В развивающихся странах экотоварная политика может быть менее эффективной в качестве рычага экологической политики в целом. Это объясняется тем, что внутренний спрос на экологичную продукцию в них невысок, природоохранная инфраструктура в целом развита слабо и значительную роль играет неформальный сектор. Экологические условия и приоритеты в развивающихся странах отличаются от условий и приоритетов развитых стран. Например, важное значение, возможно, следует придать капиталовложениям в базовую инфраструктуру.

20. Насколько эффективно экомаркировка уже повлияла на уменьшение экологического стресса, установить трудно. Во всяком случае, секретариату ЮНКТАД неизвестно о каких-либо исследованиях, в ходе которых была предпринята попытка дать систематическую оценку влиянию действующих программ экомаркировки на окружающую среду. Можно отметить лишь одно: экологический эффект экомаркировки зависит главным образом от продуманности и значимости критериев экомаркировки, а также от рыночной доли экомаркированных товаров, что в свою очередь определяется предпочтениями, отдаваемыми потребителями экомаркированной продукции, и остротой реакции производителей и поставщиков на эти предпочтения. Таким образом, для превращения экомаркировки в эффективный инструмент маркетинга необходимо, чтобы население имело представление о программах экомаркировки и об экомаркированной продукции, а производители были заинтересованы в поставках на рынок значительного количества экомаркированных товаров.

В. Установление критериев экомаркировки

21. Программы экомаркировки во многом отличаются друг от друга по степени жесткости и сферам охвата критериев, а также по фактору использования методики "анализа жизненного цикла" (АЖЦ). Для обеспечения авторитетности программ экомаркировки может потребоваться установление жестких критериев. Вместе с тем возможен определенный компромисс между жесткими критериями, которые в состоянии подхлестнуть внедрение технологических новшеств, и более "доступными" критериями, которые способны сделать экомаркировку более популярной.

22. В принципе, в экомаркировке применяется комплексный подход, основанный на наборе критериев и "анализе жизненного цикла" продукции, а ее цель состоит в обеспечении того, чтобы знак экомаркировки информировал потребителя о реальном

уменьшении экологического стресса, а не просто о его перераспределении между различными компонентами природной среды или между различными стадиями жизненного цикла продукции. Однако на практике критериями могут охватываться лишь один или несколько экологических аспектов и лишь часть жизненного цикла продукции. Например, по утверждению Агентства по охране окружающей среды Германии, при оценке большинства товарных групп выяснилось, что доминирующим обычно является один конкретный экологический аспект 14/. В японских программах экомаркировки во главу угла также ставится лишь один экологический аспект, который, как правило, связан с такими этапами жизненного цикла продукции, как ее использование и окончательное удаление (см. TD/B/WG.6/2, вставка 4).

23. В связи с АЖЦ могут возникать концептуальные и практические проблемы, особенно в тех случаях, когда в жизненном цикле продукции задействовано несколько стран, в которых экологические условия и приоритеты могут значительно варьироваться. Крайне актуальное значение этот тезис имеет в тех случаях, когда речь идет о критериях, связанных с воздействием нижних ступеней жизненного цикла на окружающую среду, (например, добыча сырья), а также о процессах и методах производства (ПМП). На первой сессии Рабочей группы был сделан вывод о том, что в системах экомаркировки, применяемых разными странами, допустимы расхождения в критериях, которые зависят от потенциала природной среды и социальных предпочтений. Кроме того, было подчеркнуто, что в связи с использованием технологических критериев могут возникать вопросы, касающиеся экстерриториального применения экологических требований страной-импортером 15/. Некоторые предложения по решению вопросов, связанных с применением критериев ПМП, приводятся в главе V (раздел C).

1. ПМП, импортируемая продукция и потребитель

24. В связи с тем, что экологические последствия по своей сути являются локальными, окружающая среда страны-импортера не затрагивается ПМП, применяемыми в других странах: такие ПМП оказывают воздействие только на локальную среду в стране-производителе. Основания, которые обычно приводятся при применении критериев, основанных на ПМП, к импортируемой продукции, сводятся к следующим целевым установкам: i) предоставить информацию потребителям, которых волнует экологическое влияние потребляемых ими товаров вне зависимости от того, где такое влияние проявляется, и тем самым гарантировать авторитетность действующей программы; и ii) не допустить деформаций в конкуренции, которые, как предполагается, возникают в том случае, когда отечественные производители вынуждены для присвоения своей продукции знака экомаркировки соблюдать более жесткие критерии по сравнению со своими иностранными конкурентами.

25. Одна из целей экомаркировки заключается в информировании потребителей. Однако знаки экомаркировки в их нынешнем виде информируют потребителя лишь о том, что тот или иной товар соответствует критериям и пороговым уровням, определенным в программе экомаркировки страны-импортера. Там, где в таких критериях не учитываются

экологически приемлемые ПМП в стране-производителе или где они являются неподходящими или неуместными в контексте местных условий в производящей стране, знаки экомаркировки не доносят до потребителя необходимую информацию 16/.

26. Кроме того, информация, в получении которой обычно заинтересован потребитель, как правило, касается качества природной среды. Общеизвестно, что стандарты качества окружающей среды могут отражать различия в поглощающей способности среды и "критических нагрузках". Вместе с тем критерии экомаркировки, как правило, строятся на стандартах выбросов или технологических стандартах, которые довольно часто не обеспечивают гибкости и не учитывают того обстоятельства, что, даже если две страны стремятся выйти на одни и те же стандарты качества окружающей среды, страна со сравнительно большими экологическими ресурсами и/или с меньшим экологическим стрессом на вполне законных основаниях могла бы применять менее жесткие стандарты выбросов 17/. Как представляется, при использовании в экомаркировке критериев, основанных на специфических ПМП, в их нынешней форме эти общепринятые концепции игнорируются.

2. Критерии экомаркировки, нацеленные на решение глобальных экологических проблем

27. Некоторые из проблем, описанных в предыдущем разделе, в принципе даже не возникли бы при применении в экомаркировке таких критериев ПМП, которые нацелены на решение глобальных экологических проблем. Однако следует отметить, что с включением таких критериев в программы экомаркировки могут быть связаны определенные "минусы". В критериях, которые устанавливаются в одностороннем порядке в рамках программы экомаркировки страны-импортера, могут не учитываться согласованные на международном уровне контрольные показатели, которые определены для разных групп стран в контексте многосторонних экологических соглашений (МЭС). Такие контрольные показатели устанавливаются правительствами в процессе переговоров и могут быть разными для различных групп стран с учетом общей, но дифференцированной ответственности всех стран за глобальные экологические проблемы.

28. Если МЭС обычно определяют права и обязательства на уровне стран, то знаки экомаркировки присваиваются товарам. В одном из тематических исследований указывается, что если страна-производитель соблюдает согласованные на международном уровне контрольные показатели, то неоправданно лишать конкретную компанию права на использование экознака, исходя из единых критериев экомаркировки, предусмотренных в программе страны-импортера 18/.

29. Вместе с тем в других случаях экомаркировка может содействовать достижению целей, определенных на международном уровне, при условии, если критерии экологической маркировки основаны на международном процессе. Речь, в частности, идет об экомаркировке древесины. В ходе одного из исследований было установлено, что экомаркировка в этом секторе может помочь восстановлению пришедших в упадок рынков тропической древесины и изделий из нее 19/.

С. Рыночные ниши для экомаркированных товаров

30. Установление соответствующих критериев экомаркировки само по себе не гарантирует повышения чистоты окружающей среды. Экомаркировка может принести экологический эффект лишь в том случае, если экомаркированные товары занимают значительную нишу на рынке. Следует учитывать и то обстоятельство, что порой жесткие критерии экомаркировки могут создавать лишь незначительный экологический эффект в силу ограниченности предложения таких товаров. Например, с технической точки зрения может быть сложно производить значительные количества "экологичной готовой одежды" из-за ограниченного предложения хлопка, выращиваемого с применением исключительно органики, и экологичных красителей.

1. Предпочтения, отдаваемые потребителями экомаркированной продукции

31. Программы экомаркировки приобретают все большую известность среди потребителей. Например, в ходе проведенных опросов было установлено, что в 1993 году о программе "ЭкоМарка" знали 53% потребителей в Японии против 22% в 1990 году. Обследование, проведенное в Сингапуре в марте 1994 года, показало, что более половины населения признает знак "ГринЛейбл". В Канаде уровень признания национального экознака ("Эко-лого") возрос с 19% в 1990 году до 51% в 1993 году, а в Норвегии степень признания знака "Уайт свон" ("Белый лебедь") выросла с 12% в 1992 году до 66% в 1994 году 20/. Однако предпочтения, отдаваемые потребителями экомаркированной продукции, а также степень их готовности больше платить за них во многом зависят от самого товара. Опросы потребителей показывают, что многие из них заявляют о своей готовности платить надбавку к цене за экологичные продукты. Однако между заявлениями о такой готовности и фактическим поведением потребителей могут быть существенные расхождения.

Вставка 1

Число товарных групп и конкретных товаров, охваченных разными программами экомаркировки

Февраль/март 1995 года

	Товарные группы, для которых установлены критерии	Присвоенные знаки экомаркировки			
		Товарные группы	Произво- дители	в т.ч. иностран- ные	Товары
Канада	31	15	116	17	1 500
ЕС	5	1	1	-	8
Германия <u>1/</u>	81	61	1 058	175	4 353
Япония	65	63	1 039	22	2 322
Нидерланды <u>2/</u>	20	4	10	3	40
Страны Северной Европы	31	15	182	19	

1/ Германия: по состоянию на 2 марта 1995 года критерии экомаркировки были установлены для 81 товарной группы. Разрабатывались критерии еще для 34 товарных групп.

2/ Нидерланды: по состоянию на 20 февраля 1995 года знаки экомаркировки были присвоены четырем товарным группам. К июню 1995 года их число, как ожидается, возрастет до семи.

Источник: ЮНКТАД

2. Государственные закупки

32. Помимо потребителей потенциальный рынок для экомаркированных товаров создают институциональные покупатели, в том числе правительства. Учитывать экологические соображения при государственных закупках рекомендуется в ряде стран ОЭСР 21/, хотя в целом явного предпочтения экомаркированным товарам не отдается 22/. Например, в Канаде кодекс рационального природопользования нацелен на то, чтобы помочь федеральным учреждениям в обеспечении учета экологических соображений в своей

практике и операциях, в том числе при закупке товаров и услуг, однако в кодексе прямо не заявляется о поддержке канадской программы "Энвайронментал чойс" ("Экологический выбор") (ЭЧП). Канадское управление снабжения и обслуживания (КСО), выполняющее роль федерального учреждения по закупкам, приобретает экологичные товары, но исходит в своих решениях из коммерческих соображений. Муниципальные органы могут быть более откровенными в своих экологических предпочтениях. В 1990 году Ассоциация канадских городов за экологически безопасные стратегии (АКГЭБС), представляющая муниципальные органы Канады, признала ЭЧП в качестве единственного действующего механизма обеспечения соответствия товаров стандартам экологичности. В связи с этим сотрудники муниципалитетов, отвечающие за вопросы снабжения, стремятся в максимально возможной степени закупать продукцию, имеющую экоснак ("Эко-Лого") ЭЧП (в зависимости от ее наличия на рынке и уровня цен) 23/. В Швеции несколько муниципалитетов самостоятельно определили, что при принятии решений о закупках они будут придавать большое значение медико-санитарным и экологическим аспектам закупаемой продукции.

3. Реакция производителей на экомаркировку

33. Опыт показывает, что осуществить программы экомаркировки, обеспечивающие адекватную реакцию производителей, бывает довольно трудно. Например, в рамках канадской программы "Энвайронментал чойс" ("Экологический выбор") (ЭЧП) были разработаны критерии для 31 товарной группы, однако знаки экомаркировки используются лишь в 15 из этих категорий (см. вставку 1). При этом значительная часть поступлений от лицензирования по ЭЧП приходится на две товарные группы: на краски и высокосортную бумагу. В настоящее время в рамках ЭЧП принят план действий, направленный на увеличение поставок экомаркированных товаров на рынок 24/.

34. Более успешными с точки зрения числа товарных позиций, имеющих знаки экомаркировки, являются германская программа "Блу эйнджел" ("Синий ангел") и японская "ЭкоМарка" 25/. Однако в одних товарных группах знаки экомаркировки используются чаще, чем в других. Например, примерно половина экомаркированных товаров в Германии относится к небольшой группе товарных категорий, и прежде всего к покрытиям с низким содержанием загрязнителей, изделиям из рециркулированной бумаги и продукции из рециркулированного картона.

35. Производители получают прямые экономические выгоды от экомаркировки в том случае, если использование экоснаков приводит к росту поступлений от продаж (за счет увеличения доли на рынке и/или повышения цен) сверх издержек, понесенных в связи с получением права на использование знака экомаркировки (реорганизационные затраты, необходимые для производства продукции, отвечающей требованиям к экомаркировке, а также расходы на испытания и сборы, уплачиваемые за пользование знаком). Опросы производителей, имеющих лицензии, которые были посвящены проблеме влияния экомаркировки на объемы реализуемой продукции, показали, что результаты являются неоднозначными. Например, в Канаде в ходе обследования, проведенного в 1993 году,

было установлено, что 62% лицензиатов не приписывают никаких изменений в объемах продаж использованию "Эко-Лого", а 33% считают, что присвоение этого знака привело к увеличению продаж 26/. С другой стороны, компании, не использующие знаков экомаркировки, как представляется, не утратили своей доли на рынке. При обследовании в Сингапуре 15% опрошенных компаний сообщили об увеличении продаж экомаркированных товаров 27/. Знаки экомаркировки могут использоваться и для других целей, например для создания "зеленой репутации". По данным ЭЧП, практически все производители-лицензиаты возобновили свои лицензии по истечении трехлетнего срока. Вместе с тем есть и такие фирмы, которые прекратили использовать знаки экомаркировки 28/.

Д. Экологические последствия для развивающихся стран

1. Влияние программ экомаркировки в развитых странах

36. Фирмы в развивающихся странах пока не используют знаков "типа I", предусмотренных программами экомаркировки в развитых странах. Таким образом, программы экомаркировки в развитых странах еще не оказывают непосредственного позитивного экологического влияния на развивающиеся страны.

37. В теории экомаркировка в странах ОЭСР может позитивно повлиять на состояние окружающей среды в развивающихся странах, но такое влияние скорее всего будет ограниченным. Крупные фирмы развивающихся стран, располагающие финансовыми и технологическими средствами для проведения активных природоохранных мероприятий, возможно, смогут получить право на пользование знаком экомаркировки и на осуществление поставок на рынки с сегментами надбавок за экологичность. Однако мелкие и средние фирмы, как правило, сталкиваются с большими трудностями в деле получения информации и соблюдения критериев экомаркировки.

38. Один из ключевых вопросов заключается в том, насколько целесообразно проводить преобразования для получения знака экомаркировки на экспортных рынках с учетом экономических, технологических и экологических условий в стране-производителе. Критерии экомаркировки, являющиеся объективными, понятными и реалистичными, с большей вероятностью могут послужить для производителей развивающихся стран стимулами к созданию и производству товаров, отвечающих таким критериям.

2. Экомаркировка в развивающихся странах

39. Ряд развивающихся стран и стран с экономикой переходного периода приняли национальные программы экомаркировки (например, Индия, Республика Корея и Сингапур) или разрабатывают их. Как и в развитых странах, цель таких программ заключается в содействии повышению качества окружающей среды за счет информирования потребителей и поощрения производителей к переходу на более чистые с экологической точки зрения производственные процессы. Экомаркировка и связанная с ней просветительная работа могут внести вклад в более глубокое понимание экологических проблем потребителями.

Однако, поскольку внутренний рынок для экомаркированных товаров обычно невелик, ключевыми целями таких программ зачастую являются сохранение экспортных рынков и повышение экспортной конкурентоспособности. Для достижения успеха программы экомаркировки в той или иной мере ориентируются на взаимное признание критериев с аналогичными программами в странах ОЭСР.

40. Опыт показывает, что учреждение программ экомаркировки в развивающихся странах может быть сопряжено с особенно большими трудностями. Наиболее сложная задача сводится к тому, чтобы определить критерии, которые были бы уместными и значимыми в контексте местных экологических условий и условий развития в стране-производителе с учетом локальной сырьевой и технологической базы и в то же время обеспечивали бы соблюдение высоких стандартов для признания производимой продукции на рынках развитых стран. Как правило, для экомаркировки требуется также государственное финансирование, по крайней мере на первом этапе, чтобы помочь в выборе соответствующих товарных групп, в выработке критериев экомаркировки, а также проведении просветительской и разъяснительной работы. Все это свидетельствует о необходимости технической помощи в деле создания институционального потенциала.

III. АСПЕКТЫ ЭКОМАРКИРОВКИ, СВЯЗАННЫЕ С РАЗВИТИЕМ

41. Когда речь идет о влиянии экомаркировки на развитие, основной аспект, вызывающий беспокойство, обычно связывается с тем, что отрицательное влияние экомаркировки на экспорт развивающихся стран вполне может негативно сказаться и на процессе их развития.

А. Мелкие фирмы

42. Различные исследования, проведенные по линии программы технического сотрудничества ЮНКТАД, свидетельствуют о том, что мелкие и средние предприятия (МСП) обычно сталкиваются с особыми трудностями в деле соблюдения экологических стандартов и норм, включая требования к экомаркировке. Здесь нужно привести целый ряд причин:

- a) у МСП может отсутствовать надлежащий доступ к информации, технологиям и капиталу;
- b) факторы "эффекта масштаба" могут делать капиталовложения для МСП нерентабельными;
- c) небольшие размеры производственных участков могут ограничивать возможности использования определенных природоохранных объектов, например водоочистных сооружений;
- d) у МСП могут отсутствовать возможности для обеспечения того, чтобы сырье для их продукции производилось с соблюдением критериев экомаркировки;
- e) МСП не хватает экономической мощи для переключивания (части) реорганизационных издержек, связанных с соблюдением критериев, на плечи своих поставщиков. Например, МСП могут столкнуться с трудностями в деле приобретения необходимых химических веществ и иных материалов по выгодным ценам;
- f) относительные затраты на проведение испытаний и проверок, включая инспектирование предприятий, могут быть для МСП особенно высоки.

Отсюда следует, что на экомаркировку в тех товарных группах, где значительная часть продукции поставляется на рынок МСП из развивающихся стран, потребуется обратить более пристальное внимание, чем на экомаркировку в других товарных категориях, в силу возможных трудностей, с которыми могут столкнуться производители в развивающихся странах.

В. Наименее развитые страны

43. При отборе товарных групп и определении критериев экомаркировки особое внимание можно было бы уделить возможным последствиям экомаркировки для НРС, в особенности в тех товарных категориях, которые составляют значительную долю в экспортных поступлениях НРС (например, майки с коротким рукавом, которые намечено охватить экомаркировкой в Европейском союзе, составляют существенную долю в совокупном экспорте Бангладеш, Мальдивских Островов и Лаоса в ЕС).

44. В некоторых случаях экомаркировка в сочетании с технической помощью и другими мерами поддержки позволяет установить "нишевые" рынки для товаров, которые изначально являются экологичными и которые поставляются главным образом НРС (например, джут). Кроме того, если есть возможность использовать в качестве основы для установления критериев экомаркировки не только экологические факторы, но и аспекты развития, особое внимание можно было бы уделять содействию экспорту из НРС.

С. Роль учреждений по оказанию помощи

45. Роль учреждений, занимающихся оказанием помощи, в области торговли и окружающей среды, включая экомаркировку, была обсуждена на Рабочем совещании ОЭСР по сотрудничеству в области торговли, окружающей среды и развития, организованном директором ОЭСР по сотрудничеству в целях развития (Париж, 28 октября 1994 года). В итоговом докладе этого совещания была подчеркнута роль учреждений по оказанию помощи в предоставлении технического содействия и услуг в области подготовки кадров в целях укрепления потенциала развивающихся стран в деле установления своих собственных стандартов, схем экомаркировки, программ сертификации, создания мощностей в области упаковки, рециркуляции и проведения испытаний 29/.

46. В докладе указывалось также, что учреждениям по оказанию помощи следует изучить возможности обеспечения взаимного признания критериев. В одном из докладов Комитета содействия развитию (КСР) ОЭСР этим учреждениям было рекомендовано играть активную роль в оказании помощи развивающимся странам в деле освоения рынков экологичной продукции, в частности путем "разработки и содействия внедрению схем экомаркировки, поощрения консультаций по стандартам и критериям между производителями, экспортерами, импортерами и потребителями, оказания поддержки взаимному признанию стандартов и критериев за счет повышения эффективности проверки, сертификации и других методов контроля качества" 30/.

IV. ОТРАСЛЕВЫЕ ВОПРОСЫ

47. На первой сессии Рабочей группы многие делегации выразили заинтересованность в анализе практического опыта в области экомаркировки на основе конкретных исследований. В настоящей главе приводится краткий анализ трех товарных групп, представляющих экспортный интерес для развивающихся стран. Все три рассматриваемые категории будут включены в программу экомаркировки Европейского союза.

A. Целлюлоза и бумага

48. Практически во всех программах экомаркировки установлены критерии присвоения экознаков различным категориям бумаги и изделий из бумаги. Критериями регулируется, например, содержание рециркулированного компонента в бумаге. Обеспокоенность по поводу применения требований к содержанию рециркулированного компонента и критериев ПМП не раз выражали экспортеры бумаги, а также целлюлозы как в развивающихся, так и в развитых странах. Например, производители целлюлозы в Бразилии, Канаде и Соединенных Штатах высказывали жалобы по поводу проектов определенных критериев Европейского союза для экомаркировки изделий из папиросной бумаги.

49. Проекты критериев Европейского союза для экомаркировки изделий из папиросной бумаги практически полностью основаны на ПМП. Бразильские экспортеры утверждают, что заострение внимания на рециркуляции при определении того, соблюдаются ли критерии, касающиеся потребления возобновляемых ресурсов, ведет к дискриминации бразильских производителей, которые используют в производстве древесину, заготавливаемую на специальных лесных плантациях 31/. Помимо этого, по их утверждениям, критерии, касающиеся выбросов SO₂ в производственном процессе, являются практически или даже полностью неуместными, поскольку в месте размещения их производства не стоит проблемы "кислотных дождей". По их заявлению, расчеты, производимые для проверки соблюдения критериев потребления невозобновляемых энергоресурсов, фактически означают дискриминацию бразильских производителей, которые в большой степени зависят от гидроэлектроэнергии 32/. Помимо этого, система "очков нагрузки" 33/ (для присвоения знака экомаркировки товары должны иметь не более установленного числа "очков нагрузки") позволяет предприятиям по производству бумаги перекладывать часть издержек, связанных с перестройкой природоохранной деятельности, на плечи поставщиков целлюлозы 34/.

Вставка 2

Экомаркировка бумажной продукции: некоторые вопросы для развивающихся стран

Благодаря благоприятным климатическим и почвенным условиям продуктивность лесов в Аргентине и Чили очень высока, причем как по хвойным породам (длинноволокнистая древесина), так и по эвкалиптам (коротковолокнистая древесина).

Ведущий аргентинский экспортер бумаги ведет конкурентную борьбу на международных рынках, опираясь на "эффект масштаба" и передовые технологии и, согласно одному из исследований, проведенных в Аргентине, использует добросовестную экологическую практику. Например, приняв во внимание опасения, высказывавшиеся иностранными клиентами, фирма добилась уменьшения экологического воздействия жидких отходов своего производства и повысила качество своей практики управления лесными ресурсами. На базе технологии, разработанной самой фирмой, был изменен процесс отбеливания бумаги, и в настоящее время фирма производит только бумагу без содержания хлора.

Исследование, проведенное Германским институтом развития (ГИР), показало, что целлюлозная промышленность Чили вышла на уровень жестких международных стандартов и превышает установленные внутри страны нормы, в частности, по отбеливанию без применения хлора, очистке жидких отходов, потреблению воды, энергопотреблению и устойчивому управлению лесными ресурсами. В исследовании ГИР отмечается, что невзирая на это, чилийская целлюлозная промышленность проявляет пассивность в своей политике поддержания связей с клиентурой и не пытается воспользоваться своими достижениями в области природопользования и что в этой связи использование экодизайна ЕС ставит ее отчасти в неблагоприятное положение, что не совсем оправдано.

В целлюлозной промышленности Бразилии достигнут высокий уровень вертикальной интеграции, и крупные фирмы имеют свои собственные эвкалиптовые плантации. Наличие быстрорастущих эвкалиптовых плантаций и умелое использование технологий управления лесными ресурсами дают бразильской промышленности важные сравнительные преимущества. Определенные преимущества создают для нее также наличие возобновляемых энергоресурсов и "эффект масштаба".

Влияние лесного хозяйства плантационного типа на окружающую среду зависит, например, от того, создаются ли плантации на месте естественных лесных угодий или на деградировавших земельных участках, и от того, какие виды деревьев высаживаются: местные или экзотические. В Аргентине эксперты рекомендовали создавать лесные плантации на маргинальных сельскохозяйственных землях и по экономическим причинам, в частности в связи с доступностью таких земель и с низкочувствительностью методов подготовки земельных участков в таких районах к засадке. В Чили порядка 90% обрабатываемой или экспортируемой древесины поступает с плантаций.

50. Лишь около 2% изделий из тонкой бумаги, импортируемых ЕС, поступало в 1992 году из развивающихся стран. Что касается продукции целлюлозно-бумажной промышленности в целом, то 4,9% и 3,3% импорта ЕС приходилось соответственно на Бразилию и Чили.

В. Текстильные изделия и одежда

Вставка 3

Экомаркировка маек с коротким рукавом и постельного белья

В Бразилии основными экспортерами маек с коротким рукавом и постельного белья в Европейский союз являются крупные фирмы, расположенные в штате Санта-Катарина. Опрос представителей пяти крупнейших фирм показал, что все эти фирмы уже вносят коррективы в свои производственные процессы в целях соблюдения экологических требований, предъявляемых европейскими импортерами. Например, одна из фирм, экспортирующая постельное белье, заявила, что 50% произведенных ею в последнее время инвестиций было обусловлено переориентацией на новые экологические требования.

Четыре из пяти опрошенных компаний имели информацию о применяемых Европейским союзом знаках экомаркировки, которая поступила от их европейских клиентов. Эти крупные фирмы заявили, что они уже соблюдают ряд предварительных критериев, предусмотренных в ЕС для экомаркировки маек и постельного белья. Вместе с тем большинство этих компаний считают, что некоторые из критериев являются трудновыполнимыми, и в частности критерии, ограничивающие использование пестицидов и химических веществ в период выращивания хлопка, а также параметры сточных вод. В Бразилии использование пестицидов в хлопководстве имеет очень небольшие масштабы, и хлопок практически полностью выращивается без применения средств механизации. Вместе с тем импорт хлопка в Бразилию быстро растет, и производителям текстильной продукции бывает трудно установить, выращен ли закупаемый ими хлопок без применения пестицидов.

Бразильская текстильная промышленность является чрезвычайно неоднородной с точки зрения размеров фирм, применяемых технологий и методов управления. Если крупные фирмы, экспортирующие свою продукцию на европейские рынки, в состоянии добиться присвоения знаков экомаркировки своей продукции, то мелким фирмам это сделать гораздо труднее, в особенности если для перестройки производственных процессов требуются инвестиции и обновление оборудования. Кроме того, если сильные переговорные позиции крупных фирм и их взаимоотношения с поставщиками химических веществ позволят им приобретать необходимые химикаты без значительных дополнительных затрат, то у более мелких фирм неизбежно произойдет значительное увеличение издержек в результате повышения стоимости закупаемых материалов.

В Индии основными экспортерами маек и постельного белья являются мелкие фирмы. В результате одного исследования, проведенного в этой стране, было установлено, что производством и обработкой хлопка занимаются в основном мелкие фермеры и кооперативы, которые не имеют представления об экологических стандартах. Крупные фирмы, вероятно, не будут заинтересованы идти на риск интеграции со своими поставщиками, поскольку рынок хлопка-сырца контролируется правительством. Экспортеры готовой одежды не в состоянии обеспечить соблюдение экостандартов производителями волокон, поскольку значительная часть последних действует в неформальном секторе, который поставляет свою продукцию главным образом на внутренний рынок.

В исследовании отмечается также, что, согласно оценкам, "нишевые рынки" для индийского экологичного текстиля в Европе, на которых издержки по реорганизации производства могут быть покрыты за счет повышения цен, составляют лишь 20-25%. Что касается остальных сегментов рынка, на которые приходится приблизительно 70% индийского экспорта в Европу, то здесь дополнительное бремя таких издержек ляжет главным образом на плечи производителей.

51. В последние годы в текстильной и швейной промышленности появился целый ряд "частных" знаков экомаркировки, которыми охватывается определенная номенклатура товаров. В качестве примеров можно назвать применяемые в Германии знаки MUT (Markenzeichen Umweltschonenden Textilien - знак изготовителя, свидетельствующий об экологичности текстильных изделий, - технологическая маркировка), MST (Markeschadstoffgeprüfte Textilien - знак изготовителя, свидетельствующий о произведенной проверке текстильных изделий на содержание вредных веществ, - товарная маркировка) и знак ECO-TEX 100.

52. В последнее время для европейской программы экомаркировки были разработаны проекты критериев экомаркировки маек и постельного белья 35/. Проектами критериев охвачены аспекты влияния этой продукции на окружающую среду на различных стадиях ее жизненного цикла, и в частности на этапах выращивания хлопка и производства волокон. В этой связи большинство критериев основано на ПМП и касается, например, эффективности использования энергии и воды, очистки сточных вод, запыленности и шума. Специальные критерии касаются использования пестицидов и химических веществ в хлопководстве, использования красителей или химических веществ в производственном процессе и в большинстве случаев сориентированы на смягчение влияния этих процессов на локальную окружающую среду в месте размещения производства (была разработана отдельная группа критериев по содержанию остатков химических веществ в конечной продукции). Лишь несколько критериев прямо связаны с экотоварными стандартами.

53. Значительная часть текстильных изделий и готовой одежды, потребляемых в Европейском союзе, импортируется. Как минимум 80% стоимостного объема импорта маек и постельного белья в ЕС (исключая взаимную торговлю) приходится на поставки из развивающихся стран. В этой связи многие из экологических проблем, которые пытается решить Европейский союз с помощью критериев ПМП, разрабатываемых в рамках своей программы экомаркировки, не имеют отношение собственно к Европейскому союзу, а касаются главным образом развивающихся стран.

С. Обувь

54. В Нидерландах Голландский фонд экомаркировки (Stichting Milieukeur - СМК) разработал общенациональный знак экомаркировки обуви, который начал применяться с 1 марта 1994 года. СМК был назначен также "ведущим компетентным органом" по разработке проектов критериев для присвоения знака экомаркировки ("Европейский цветок") продукции обувной промышленности в Европейском союзе. Однако эти проекты критериев все еще находятся в стадии проработки 36/.

Вставка 4

Экомаркировка в обувной промышленности: возможные последствия для развивающихся стран

Бразилия, которая является четвертым по величине производителем обуви в мире, экспортирует почти две трети производимой ею кожаной обуви. Бразильские производители обуви отдают себе отчет в том, что для соблюдения критериев экомаркировки потребуются новые формы взаимоотношений с поставщиками кожи. Ведущие производители обуви уже попытались наладить гарантированное снабжение своих предприятий кожей (вне связи с экологическими факторами) через каналы вертикальной интеграции (приобретение кожедубильных предприятий и предприятий по обработке кожи), а также за счет увеличения ввоза этой продукции из соседних стран, в частности из Аргентины и Уругвая. На многих кожедубильных предприятиях имеются водоочистные сооружения, но они не используются. Отчасти это объясняется высокими операционными затратами, прежде всего для мелких и средних фирм. Помимо этого, могут возникать проблемы с надлежащим удалением жидких отходов и осадков сточных вод.

В развивающихся странах предпринимаются активные усилия по смягчению воздействия процесса дубления кожи на окружающую среду. Например, правительство Индии ставит выдачу лицензий новым кожедубильным предприятиям в зависимость от установки оборудования для очистки жидких отходов. Кожедубильные предприятия в Аргентине и Индии начинают пользоваться общими установками для очистки жидких отходов, но они не уверены в том, что соблюдение требования об очистке сточных вод с использованием биоочистных технологий обеспечит им возможность добиться присвоения знака экомаркировки СМК производимой ими коже.

Как показали проведенные опросы, производители в развивающихся странах считают, что дополнительные издержки, связанные с соблюдением требований к экомаркировке, приведут к падению конкурентоспособности их продукции по сравнению с другими поставщиками, которые обеспечивают свою конкурентоспособность за счет выгодных цен, и прежде всего по сравнению с поставщиками из других развивающихся стран. Кроме того, они полагают, что рыночная конъюнктура не позволит им возместить дополнительные издержки, связанные с требуемой реорганизацией производства.

55. Лишь некоторые из критериев, разработанных СМК, можно отнести к категории "товарных" 37/. Они включают в себя длинный перечень требований к качеству и функциональным характеристикам, которые предназначены в основном для того, чтобы повысить ремонтпригодность и носкость обуви. Один из критериев относится к "энергоёмкости" обуви, т.е. нацелен на сокращение потребления энергии и сырья при ее

производстве 38/. Другие критерии, касающиеся использования материалов, прямо связаны с ПМП. Что касается кожи, то эти критерии относятся к выбросам хрома в воду, выбросу органических растворителей, очистке сточных вод (с использованием индивидуальных или общих установок биологической очистки), а также к "ответственному подходу" к транспортировке или использованию отходов кожевенного производства. Помимо этого, критерии ПМП были установлены для материалов, используемых при изготовлении деталей низа обуви из синтетических волокон на базе хлопка. Отсюда следует, что вопрос о соблюдении или несоблюдении критериев экомаркировки обувной продукции зависит в основном от экологического качества используемых материалов, и многие из соответствующих критериев связаны с ПМП.

56. Отечественное производство обуви в Нидерландах сокращается по мере увеличения ее импорта. Большая часть обуви, продаваемой в Нидерландах (да и в других странах Европейского союза), производится в третьих странах. В 1991 году как минимум 91% всей обуви, реализовавшейся на рынке Нидерландов, импортировался (по меньшей мере, 84% кожаной обуви и 97% обуви, изготавливаемой из других материалов). В 1993 году на развивающиеся страны приходилось 35% всего импорта и 82% импорта без учета взаимной торговли в ЕС (основными поставщиками из развивающихся стран являются: Китай, Гонконг, Бразилия, Республика Корея и Индонезия). Кроме того, значительная часть сырья и полуфабрикатов для отечественного производства обуви также импортируется. Некоторые материалы, для которых установлены критерии экомаркировки (например, хлопковое волокно), не производятся ни в Нидерландах, ни в других странах Европейского союза (за исключением Греции). Таким образом, большинство экологических проблем, на решение которых нацелены критерии экомаркировки, разработанные СМК, связаны с производственными процессами за пределами Нидерландов и в принципе за пределами Европейского союза.

57. В какой-то мере был учтен тот фактор, что условия в третьих странах могут отличаться от условий в Нидерландах. Например, было принято решение освободить иностранных производителей от соблюдения требования, касающегося переработки твердых отходов, содержащих хром (через рециркуляцию, захоронение на безопасных полигонах или сжигание с восстановлением хрома), если такие отходы не считаются химическими отходами в стране-производителе 39/.

58. Один из факторов, вызывающих беспокойство, в особенности у производителей в развивающихся странах, связан с затратами на проведение испытаний и сертификацию. Эти затраты могут быть довольно высокими по двум причинам. Во-первых, поскольку многие экспортеры являются МСП, расходы на проведение испытаний и проверок для них являются крупными по отношению к объему продаж. Во-вторых, поскольку целый ряд критериев касается материалов, используемых в производстве обуви, сертификации подлежит не только готовая обувь, но и материалы. СМК предписывает разные методы для оценки соблюдения каждого критерия. Для оценки соблюдения товарных (функциональных) критериев СМК требует проведения испытаний товара. Оценка же

соблюдения критериев ПМП обычно строится на представлении деклараций производителями плюс поставщиками материалов 40 / .

v. УЧЕТ ИНТЕРЕСОВ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

59. На своей первой сессии Рабочая группа признала, что прозрачность является одним из основных условий учета интересов развивающихся стран в процессе разработки критериев экомаркировки. Вместе с тем несколько делегаций указали, что для смягчения потенциальных негативных последствий экомаркировки одного лишь повышения прозрачности недостаточно.

а. Прозрачность

1. Концепции прозрачности

60. Существуют разные концепции прозрачности. Например, если заблаговременное уведомление подразумевает "интерактивный" процесс, т.е. процесс проведения диалога между стороной, намечающей принять определенную природоохранную меру, и затрагиваемыми ею сторонами еще на этапе разработки такой меры, то так называемое последующее уведомление обеспечивает "пассивное" информирование через опубликование принятых решений после осуществления такой меры.

61. Содержащиеся в Соглашении по ВТО и Соглашении по ТБТ положения о прозрачности, которые касаются процедур опубликования, уведомления, права на представление замечаний и обязательства принимать замечания во внимание, доказали свою полезность (в контексте технических стандартов и регламентаций). В соответствии со статьей 4.1 Соглашения по ТБТ правительства принимают все разумные меры для обеспечения того, чтобы местные органы управления и неправительственные органы по стандартизации, а также региональные органы, занимающиеся вопросами стандартизации, признавали и соблюдали положения "Кодекса добросовестной практики по вопросам подготовки, утверждения и применения стандартов". В Соглашении по ТБТ рекомендуется также создать "контактные пункты" (статья 10).

62. Все более широкое признание получает мысль о том, что в экомаркировке требуется более глобальная концепция прозрачности. Например, в проекте руководящих принципов ИСО (см. ниже) нашла отражение расширенная концепция прозрачности, подразумевающая, например, возможность проверки и предоставление заинтересованным сторонам информации о критериях, процедурах сертификации и присвоения знаков экомаркировки, а также периодический пересмотр критериев. Прозрачность подразумевает также участие заинтересованных сторон, в том числе иностранных производителей, в разработке критериев и процедур сертификации, а также заблаговременное уведомление соответствующих отечественных и иностранных производителей об отбираемых товарных группах и критериях.

2. Транспарентность на различных этапах процесса экомаркировки

Отбор новых товарных групп

63. Транспарентность должна обеспечиваться на всех этапах процесса экомаркировки, включая отбор новых товарных групп. Транспарентность подразумевает заблаговременное проведение консультаций с торговыми партнерами, которые могут быть затронуты принимаемыми решениями. Когда объем импорта определенной группы товаров является значительным, для обеспечения транспарентности может потребоваться проведение консультаций по вопросу о том, позволит ли в принципе использование экомаркировки в этой товарной группе добиться снижения экологического стресса.

64. Принципы транспарентности подразумевают также опубликование списков тех товарных групп, в которых в будущем намечается ввести экомаркировку. Например, предусматривается, что в Европейском союзе Комиссия "будет периодически публиковать список товаров, по которым намечается начать работу" 41/.

Подготовка проектов критериев

65. В действующих схемах экомаркировки отбор товарных групп, а также установление предварительных критериев и предельных величин осуществляются советом или аналогичным ему органом. В настоящее время иностранные производители не участвуют в работе таких органов. Все больше людей склоняются к мнению, что в тех случаях, когда это уместно, иностранных производителей следует приглашать на заседания этих органов и предоставлять им права участников наряду с отечественными производителями при разработке критериев в отношении товаров, представляющих для них интерес с точки зрения экспорта. Этот вопрос обсуждается также в ИСО.

Консультации

66. На всех этапах процесса экомаркировки повышения транспарентности можно добиться через проведение консультаций. В рабочем проекте руководящих принципов ИСО рекомендуется как можно скорее создать официальный консультационный механизм (рекомендуется также обнародовать результаты консультаций). В этой связи Европейский союз учредил Консультационный форум.

Открытый характер процесса обзора

67. В большинстве программ экомаркировки предусмотрен открытый процесс обзора проектов критериев до опубликования окончательных товарных критериев. Любая заинтересованная сторона, включая иностранных производителей, может принять участие в этом процессе. Таким образом, транспарентность существующих программ экомаркировки может существенно не отличаться от положений о транспарентности, закрепленных в Соглашении по ТБТ. Однако возможность участия иностранных производителей в процессе

обзора критериев зависит от множества факторов, в том числе от своевременного распространения информации о новых товарных группах, отобранных для программы экомаркировки, от продолжительности процесса обзора и от их способности физически присутствовать на обсуждениях и выделять для этого соответствующее время.

68. В этой связи следует отметить, что в предусмотренном Соглашением по ТБТ Кодексе добросовестной практики по вопросам подготовки, утверждения и применения стандартов рекомендуется публиковать программу работы (как минимум раз в полгода), содержащую разрабатываемые стандарты (а также стандарты, принятые в предыдущий период).

Опубликование и распространение информации

69. Транспарентность подразумевает также активное распространение информации о товарных группах, охватываемых программами экомаркировки, и о применяемых к ним критериях. На многостороннем уровне МТЦ планирует предоставлять развивающимся странам информацию о возможностях торговли экологичными товарами, о системах, критериях и процедурах экомаркировки.

3. Изучение рынка и другие вспомогательные исследования

70. Анализ рыночной конъюнктуры представляет собой важное условие успеха программ экомаркировки. Еще одна цель изучения рынка может заключаться в выявлении тех зарубежных поставщиков, с которыми необходимо проконсультироваться или которых необходимо пригласить для участия в определении критериев, с тем чтобы не допустить дискриминации и повысить эффективность экомаркировки. Таким образом, результаты конъюнктурного анализа могут послужить ориентиром для принятия эффективных мер, нацеленных на повышение транспарентности в экомаркировке.

71. Для анализа основных аспектов воздействия товара на окружающую среду на различных стадиях его "жизненного цикла", а также для оценки значимости и практической возможности установления критериев в каждом конкретном случае требуются вспомогательные исследования. Задача подобных исследований – оценить, позволит ли использование экомаркировки в определенной товарной группе уменьшить экологический стресс за счет стимулирования потребления и производства товаров, отвечающих определенным критериям. С учетом сложности подхода к экомаркировке, основанного на применении множества критериев и на анализе жизненного цикла продукции, вспомогательные исследования, как правило, оказывают существенное воздействие на установление предварительных критериев.

72. Вспомогательные исследования часто проводятся на основе баз данных и иной информации, имеющейся в стране-импортере или в странах с аналогичными экологическими и технологическими условиями, а также на основе опросов министерств, ведомств и отечественных предприятий. В тех случаях, когда экомаркировка может сказаться на развивающихся странах, во вспомогательные исследования можно включить

тщательный анализ таких последствий в целях придания экомаркировке большей объективности и обеспечения ее большей эффективности в деле снижения экологического стресса. Важное значение здесь имеет и изучение рынка. В определенных случаях вспомогательные исследования можно проводить в сотрудничестве с научно-исследовательскими институтами, действующими в стране-производителе.

4. Параметры повышения уровня транспарентности

73. На своей первой сессии Рабочая группа пришла к выводу, что было бы полезно выделить товарные группы, которые представляют для развивающихся стран значительный интерес с точки зрения экспорта, в целях поощрения их активного участия в определении критериев для таких групп. Рабочая группа, возможно, сочтет целесообразным обсудить возможность определения параметров, которые помогли бы органам, занимающимся экомаркировкой, в выявлении таких товарных групп, например исходя из показателей рыночных долей или долей в импорте.

74. Предпочтительными параметрами, вероятно, являются показатели фактических или потенциальных рыночных долей. Поскольку систематические данные о таких долях сразу же получить нельзя, крайне важную роль в этом деле способны сыграть конъюнктурные исследования, проводимые в рамках процесса экомаркировки (см. выше). Данные о долях в импорте получить проще.

75. Анализ, проведенный в Европейском союзе на базе данных за 1992 год, показал, что из 734 групп промышленных потребительских товаров на уровне шестизначного кода СС по 445 группам более половины стоимости импорта (исключая взаимную торговлю в ЕС) составляют поставки из развивающихся стран и Китая 42/.

76. При использовании параметров, базирующихся на долях в импорте, как правило, игнорируются экспортные интересы более мелких торговых партнеров. Таким образом, более подходящей основой для определения товарных категорий, представляющих торговый интерес для более мелких экспортеров, в частности НРС, являются экспортные доли. Формула, предложенная в Марракеше в контексте переговоров по тарифам, позволяет определить малых торговых партнеров, имеющих важные интересы в торговле конкретным товаром, путем расчета доли импорта каждой тарифной позиции из конкретной страны в совокупном импорте из этой же страны 43/. Эта формула позволяет выявить тех торговых партнеров, у которых экспортные поступления во многом зависят от поставок соответствующего товара 44/.

77. С помощью параметров, основанных на долях (на рынке или в торговом обороте) товарных групп, отбираемых на предмет экомаркировки, не всегда удается точно определить соответствующих торговых партнеров. Как уже упоминалось в главе III, при использовании концепции АЖЦ решение вопроса о присвоении знака экомаркировки тому

или иному товару во многом зависит от используемых материалов, например целлюлозы (для бумажной продукции), хлопка (для маек и постельного белья) и кожи (для обуви). В этой связи возникает вопрос, не следует ли помимо изготовителей товаров, подпадающих под экомаркировку, привлекать к процессу установления критериев и основных поставщиков материалов.

В. Руководящие принципы

78. ИСО через Подкомитет 3 Технического комитета 207 (207/SC3) готовит три международных стандарта по экологической маркировке; один из них прямо касается экомаркировки "типа I". Стандарт по маркировке "типа I" – состоящий из руководящих принципов – должен послужить для специалистов и других заинтересованных сторон справочным документом, позволяющим обеспечить авторитетность и недискриминационный характер программ экомаркировки. Проект, подготовленный в феврале 1995 года, состоит из трех основных разделов: 1) руководящие принципы и практика; 2) процедуры установления критериев и 3) руководство по процедурам сертификации. Еще одна рабочая группа составляет документ "Цель и принципы всех видов экологической маркировки", содержащий ряд принципов, относящихся ко всем типам экологической маркировки.

79. В проекте признается, что экомаркировка может служить барьером в торговле. В нем приводится ряд рекомендаций, направленных на недопущение ограничений в торговле, например относительно определения товарных групп, установления критериев, при использовании которых необходимо избегать исключения товаров и процессов, признаваемых экологически приемлемыми в стране-производителе, процедур сертификации и транспарентности, включая участие иностранных производителей в разработке критериев. В нем содержатся также ссылки на вопрос о ПМП.

80. На момент составления настоящего доклада (март 1995 года) по стандарту ИСО в области экомаркировки (CD 14024) проводилось голосование на уровне Подкомитета; предполагалось, что этап его проработки в Комитете будет завершен в конце июня 1995 года. Затем, прежде чем этот проект будет утвержден в качестве международного стандарта, его нужно будет представить всем членам ИСО для проведения голосования в шестимесячный срок. Конкретные сроки подведения итогов этого голосования предсказать трудно, но скорее всего этот стандарт будет опубликован не ранее первой половины 1996 года. После этого государства-члены примут решение о включении или невключении этого стандарта в свое национальное законодательство 45/.

С. Применение критериев ПМП

81. Применение критериев, основанных на ПМП, к импортируемой продукции, как правило, порождает ряд проблем, в частности в тех случаях, когда такая продукция поставляется из стран, где экологические условия и условия развития существенно

отличаются от условий в стране-импортере. Критерии ПМП используются не во всех программах экомаркировки. В случае применения подобных критериев можно принять ряд мер, позволяющих избежать или смягчить их негативное воздействие на торговых партнеров.

1. Изъятия

82. Когда критерии экомаркировки применяются для решения по существу локальных экологических проблем, иногда может быть целесообразно освобождать иностранных производителей от соблюдения конкретных технологических критериев (см. приведенный выше пример, касающийся требования к очистке отходов, содержащих хром, при производстве обуви, которое применяется в Нидерландах). Такие изъятия являются целесообразными, например, в тех случаях, когда решаемые с помощью экомаркировки экологические проблемы не являются актуальными в контексте местных условий в стране-производителе. Например, соблюдение требований к экомаркировке, касающихся выбросов SO₂, будет сопряжено с дополнительными издержками для производителей в странах, где проблема таких выбросов попросту не стоит. Изъятия варианта прямых изъятий могут заключаться в том, что потребители и группы, борющиеся за чистоту окружающей среды, могут поставить под сомнение авторитетность программ экомаркировки, а производители в стране-импортере могут заявить, что при этом иностранные производители получают выигрыш в конкурентной борьбе. Однако эти недостатки вряд ли можно назвать более весомыми, чем недостатки, связанные с "реверсной дискриминацией", обусловленной навязыванием критериев импортирующей страны экспортеру 46/.

2. Соблюдение местных экологических требований

83. Общее требование 47/ большинства программ экомаркировки сводится к тому, что товар должен отвечать всем соответствующим экологическим нормам. В некоторых программах экомаркировки признается, что от иностранных производителей не следует требовать соблюдения нормативов ПМП, предусмотренных в стране-импортере. Например, в рамках канадской программы "Энвайронментал чойс" ("Экологический выбор") (ЭЧП) в круг общих требований включается необходимость соблюдения "всех применимых государственных и отраслевых стандартов безопасности и функциональности" (включая экологические), однако при этом понимается, что импортируемая продукция должна отвечать местным стандартам ПМП страны-производителя, а не обязательным технологическим стандартам Канады.

84. Вместе с тем, когда речь идет о конкретных критериях, применяемых в отношении отдельных товарных групп, следует отметить, что критерии, основанные на ПМП (которые используются в некоторых программах), зачастую применяются на единообразной основе и к отечественным, и к импортным товарам. В таких критериях зачастую предусматриваются пороговые уровни, превышающие нормативные требования в стране-импортере. Тем не менее вполне возможно ограничить требования, предъявляемые к продукции, поставляемой из развивающихся стран, соблюдением действующих норм в

стране-производителе. Следует отметить, что экологические регламентации в развивающихся странах часто базируются на стандартах, аналогичных нормам, используемым в развитых странах, но обеспечить их соблюдение порой труднее. По всей видимости, нереалистично требовать от фирм в развивающихся странах, и в частности от СМП, соблюдения еще более высоких нормативных требований для получения права на экомаркировку на внешнем рынке. При этом экомаркировка может выполнять полезную функцию, если она служит стимулом для соблюдения действующих экологических стандартов.

3. Подход, основанный на анализе движения товара от момента его создания до момента доставки к границе экспортера

85. В докладе TD/B/WG.6/2 было предложено разделить анализ жизненного цикла товара на два этапа: "от создания до границы экспортера" и "от границы импортера до удаления". Если критерии экомаркировки, предусматриваемые для этапа от границы импортера до удаления товара, базируются на приоритетах импортирующей страны, то критерии, разрабатываемые для этапа от создания товара до границы экспортера, можно было бы определять исходя из экологических условий и приоритетов производящей/экспортирующей страны.

86. Возможно применение и другого подхода, при котором рекомендуется проявлять особую осмотрительность при разработке требований к ПМП в тех отраслях, где основная доля на рынке приходится на импорт 48/. Таким путем удалось бы избежать установления требований к ПМП и предельных уровней в отношении тех товарных групп, в которых существенная доля на рынке приходится на импорт, прежде всего из развивающихся стран, или, во всяком случае, разработать эти критерии таким образом, чтобы не допустить их негативного воздействия на страну-производителя.

D. Эквивалентность

87. Концепция эквивалентности излагается в докладе TD/B/WG.6/2 (пункты 58-64). В настоящем докладе уже подчеркивалось, что для превращения знаков экомаркировки в носители важной информации для потребителей и для содействия с их помощью уменьшению экологического стресса критерии ПМП необходимо разрабатывать с учетом местных экологических условий в стране-производителе. Концепция эквивалентности позволяет учесть сопоставимые экологические цели, разные способы их достижения, а также различия в экологических условиях и в условиях развития стран 49/. Вопрос о признании позитивных сдвигов в состоянии окружающей среды в разных странах в качестве потенциально эквивалентных - исходя из их общих целей и значимости - обсуждался также в рамках рабочей группы ИСО, которая разрабатывает проект "Целей и принципов всех видов экологической маркировки" (см. выше).

Е. Взаимное признание

88. На своей первой сессии Группа согласилась с необходимостью тщательного изучения концепции взаимного признания. Взаимное признание знаков экомаркировки было бы желательным с точки зрения согласования интересов торговли и охраны окружающей среды. Рабочая группа ИСО, упомянутая в пункте 87, также обсуждает вопрос о взаимном признании экоснаков различных программ экологической маркировки, исходя из эквивалентности процедур и целей.

89. Доводы в пользу целесообразности взаимного признания излагаются в докладе TD/B/WG.6/2 (пункты 65-73). Взаимное признание в контексте экомаркировки в целом означает, что при соблюдении определенных условий присвоение знака экомаркировки экспортирующей страны признается в качестве основы для присуждения экоснака, используемого в импортирующей стране (принцип взаимного признания обычно распространяется на идентичные или сходные товарные группы). В ходе первой сессии Рабочей группы неоднократно упоминалось предложение, сводящееся к тому, что программа экомаркировки страны-импортера могла бы предусматривать присвоение собственного знака экомаркировки товарам, отвечающим технологическим критериям страны-экспортера и критериям использования и удаления, действующим в стране-импортере.

90. Принцип взаимного признания представляет большой интерес для развивающихся стран и является важной долгосрочной целью при учреждении программ экомаркировки в некоторых из этих стран. Вместе с тем взаимное признание служит не только интересам торговли. Анализ, приведенный в главе II выше, свидетельствует о том, что взаимное признание, как представляется, служит важным условием какого то ни было позитивного воздействия экомаркировки на природоохранную деятельность в развивающихся странах.

VI. Техническая помощь

91. Техническая помощь и деятельность по созданию институционального потенциала в области экомаркировки и сертификации позволяют ослабить вероятное негативное воздействие экомаркировки на развивающиеся страны и помогают производителям воспользоваться торговыми возможностями, которые открываются для экологичной продукции. Техническая помощь в области создания потенциала может также сыграть полезную роль в оказании поддержки тем развивающимся странам, которые хотели бы учредить свои собственные программы экомаркировки, и в поощрении взаимного признания программ экомаркировки. Кроме того, техническая помощь необходима для обеспечения эффективного участия развивающихся стран в будущей работе над вопросами экомаркировки на международном уровне, в частности в ИСО. Помимо этого, сокращению связанных с экомаркировкой издержек способствовало бы создание в развивающихся странах и странах с экономикой переходного периода собственных органов по стандартизации или обучение кадров уже созданных органов в области проведения испытаний и сертификации в стране-производителе.

92. Кроме того, развивающиеся страны могут нуждаться в технической помощи и в получении поддержки при создании собственного потенциала для того, чтобы воспользоваться уже действующими положениями программ экомаркировки, регулирующими вопросы транспарентности, на своих экспортных рынках, а также любыми возможностями, которые откроются благодаря повышению уровня транспарентности в результате принятия разрабатываемых в настоящее время руководящих принципов ИСО и реализации предложений, приведенных в настоящем докладе (в частности, относительно привлечения развивающихся стран к процессу установления критериев в отношении товаров, представляющих для них экспортный интерес).

93. ИСО в рамках своей деятельности в области технической помощи оказывает поддержку развивающимся странам по целому ряду каналов, в частности содействуя их эффективному участию в процессе установления стандарта ИСО 50/.

94. В рамках своей общей программы содействия развитию торговли экологичными товарами в развивающихся странах Международный торговый центр (МТЦ) приступил к осуществлению программы работы в области экомаркировки, сосредоточив свое внимание на разъяснительной работе и оперативной деятельности и стремясь оказать производителям из развивающихся стран помощь в использовании торговых возможностей, открывающихся благодаря экомаркировке на их рынках сбыта. Помимо этого, МТЦ рассматривает вопрос о предоставлении помощи учреждениям, ассоциациям и предприятиям в развивающихся странах в деле разработки знаков маркировки на уровне компаний или общенациональных схем экомаркировки.

95. Ключевыми направлениями проектов ЮНКТАД в области технического сотрудничества являются фундаментальные исследования по вопросам возможных последствий экомаркировки

для развивающихся стран, а также концептуальная работа по изучению возможных путей и

средств обеспечения большей согласованности экологических целей экомаркировки, а также интересов развивающихся стран в области торговли и устойчивого развития. Только что завершено осуществление проекта технического содействия "Экомаркировка и международная торговля", финансировавшегося МЦИР 51/. ЮНКТАД продолжает сотрудничать с другими международными организациями, в том числе с ЮНЕП и МТЦ.

96. Специалисты из стран ОЭСР зачастую оказывают техническое содействие развивающимся странам и странам с экономикой переходного периода, стремясь помочь им в учреждении собственных программ экомаркировки.

vii. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

97. Хотя экомаркировка нацелена прежде всего на решение экологических задач, она в состоянии превратиться в средство дискриминации иностранных производителей, в особенности когда речь идет о товарах, импортируемых из стран, в которых экологические условия и условия развития существенно отличаются от условий в импортирующей стране. Особое беспокойство вызывает то обстоятельство, что страны-импортеры в одностороннем порядке устанавливают критерии для процессов производства товаров, изготавливаемых главным образом в развивающихся странах. Кроме того, можно отметить, что если цель экомаркировки заключается в информировании потребителя, то для этого лучшего всего в максимально возможной степени увязывать информацию о ПМП с данными об улучшении состояния природной среды в стране-производителе.

98. ИСО добилась значительных успехов в своей работе по подготовке проектов руководящих принципов в области экомаркировки, которые призваны повысить авторитетность программ экомаркировки и помочь устранению какой-либо дискриминации. Как ожидается, эти руководящие принципы внесут крупный вклад, в частности в обеспечение транспарентности. Тем не менее экомаркировка по-прежнему вызывает беспокойство, особенно у развивающихся стран. В решении все еще нуждается целый ряд вопросов:

- вопрос о взаимосвязи между экомаркировкой и положениями многосторонней торговой системы, в частности Соглашения по техническим барьерам в торговле (вопрос, включенный в круг ведения Комитета ВТО по торговле и окружающей среде);
- вопрос об операционных издержках, которые могут возникнуть в результате появления множества разных схем экомаркировки;
- вопрос о ПМП;
- вопрос о необходимости взаимного признания критериев в целях обеспечения большей эффективности экомаркировки, в частности для развивающихся стран.

99. Невзирая на все более широкое признание того, что в программах экомаркировки, где предпочтение отдается использованию критериев ПМП, по-видимому, следует допустить определенные расхождения в таких критериях с учетом локальных экологических условий и условий развития в стране-производителе, в практическом решении проблем, которые могут возникнуть при применении критериев ПМП к импортируемой продукции, не достигнуто никакого, или во всяком случае весомого, прогресса. Весьма сомнительно, что на основе одной лишь транспарентности можно будет устранить дискриминационный эффект, который может возникнуть в результате использования специфических критериев ПМП, не соотносящихся с экологическими условиями и проблемами, а также с условиями и проблемами развития третьих стран.

100. Учреждения, занимающиеся экомаркировкой, возможно, пожелают провести тщательный анализ реальных и потенциальных долей развивающихся стран на рынке и в торговле новыми группами товаров, которые намечается охватить программами экомаркировки. В тех случаях, когда такие доли велики, можно было бы провести консультации со странами-производителями для оценки потенциального влияния экомаркировки на торговлю, окружающую среду и развитие развивающихся стран. Подобная оценка в состоянии сыграть полезную роль в анализе издержек и выгод экомаркировки в конкретных товарных группах. При этом, вероятно, целесообразно избегать использования критериев, основанных на ПМП, в особенности когда речь идет о группах товаров, поставляемых главным образом развивающимися странами. В качестве альтернативного варианта можно было бы определять критерии ПМП исходя из экологических условий и условий развития в странах-производителях.

101. Ряд развивающихся стран приступает к осуществлению программ экомаркировки. Поскольку спрос на экомаркированную продукцию в развивающихся странах, как правило, невысок, в целом экомаркировка в этих странах принесет значительный экологический эффект лишь в том случае, если она позволит фирмам, получающим право на использование знака экомаркировки, увеличить объем своих продаж на внешних рынках. Огромное значение для развивающихся стран имеет взаимное признание экологических критериев. Вклад, который экомаркировка может внести в уменьшение экологического стресса в развивающихся странах, зависит от возможности формирования значительного рынка для экомаркированной продукции, поставляемой производителями из развивающихся стран. Важная роль в этой связи отводится торговле. Дальнейшие усилия по укреплению международного сотрудничества в области экомаркировки следует сосредоточить на обеспечении разумных возможностей для взаимного признания программ экомаркировки.

Примечания

1/ ЮНКТАД, "Экомаркировка и рыночные возможности экологически благоприятных товаров", TD/B/WG.6/2, Женева, 6 октября 1994 года. Помимо этого секретариат представил следующие два доклада: "UNCTAD's technical cooperation programme on trade and environment", TD/B/WG.6/MISC.1, Женева, 21 ноября 1994 года, и "Report on the workshop on eco-labelling and international trade", TD/B/WG.6/Misc.2, Женева, 21 ноября 1994 года.

2/ См. документ TD/B/WG.6/2, вставка 1. В настоящее время существует около 20 программ экомаркировки типа I (TD/B/WG.6/2, вставка 2).

3/ TD/B/40(1)/6.

4/ Chudnovsky D., G. Lugones, M. Chidiak, 1995, Comercio Internacional y Medio Ambiente: el Caso Argentino (исследование, подготовленное в рамках совместного проекта ЮНКТАД/ЮНЕП по созданию потенциала в области торговли и окружающей среды). Это исследование финансировалось также по линии проекта ARG/90/014 (министерство иностранных дел, внешней торговли и культуры).

5/ Информационно-статистическое приложение издается в качестве документа TD/B/WG.6/Misc.3 (только на английском языке).

6/ В качестве примера можно привести установление требований, касающихся выбросов SO₂ в производственном процессе. В стране, где проблема таких выбросов остро не стоит (уровни могут быть чрезвычайно малы в соотношении с поглощающей способностью), установление такого требования к экомаркировке приведет к неоправданному повышению издержек.

7/ Например, в Европейском союзе могут устанавливаться требования относительно выбросов диоксида серы и оксидов азота. Поскольку проблема выбросов таких загрязнителей имеет в Европейском союзе актуальное значение, для борьбы с ними были разработаны соответствующие технологии. В развивающихся странах, где проблема таких загрязнителей стоит менее остро, технологии не разработаны. Таким образом, для получения права на знак экомаркировки потребуется импортировать такие технологии. A. Markandya, op. cit.

8/ Различия в природоохранных инфраструктурах разных стран оказывают значительное влияние на определение того, что считается "более чистым продуктом". Например, если муниципальные водоочистные сооружения уже имеют агрегаты по очистке воды от фосфора, как в Дании, то использованию фосфора будет отдано предпочтение по сравнению с другими веществами, которые связывают кальций. Еще один пример -

летучая зола. В ряде стран создана инфраструктура, позволяющая использовать золу уноса в качестве сырья в цементной промышленности (в Дании практически вся зола используется в цементном производстве). Таким образом, в этих странах определенные виды хозяйственной деятельности, приводящие к выбросу такой золы (например, сжигание угля), оцениваются не так, как в других странах. См. Helle Petersen, A possible (international) implementation strategy for product oriented environmental policy measures в International Workshop on Product Oriented Environmental Policy, Workshop Proceedings, The Hague, the Netherlands, September 30th - October 1st, 1993.

9/ Пункт 4.8 b).

10/ The Netherlands' Ministry of Housing, Physical Planning and Environment (VROM), Nota Product and Milieu, The Hague, December 1993.

11/ Porter, M.E., C. van de Linde, 1994. Towards a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship.

12/ F.H. Oosterhuis, Y. T. M. van Scheppingen, Inventory of product policy instruments. Case study: the Netherlands. Institute for Environmental Studies, Free University, Amsterdam, November 1993.

13/ См. Hartwell R.V., L. Bergkamp, "Eco-labelling in Europe: New Market - Related Environmental Risks?" BNA International Environmental Daily, Oct. 20, 1992, в Porter E., C. van der Linde, Towards a New Conception of the Environment - Competitiveness Relationship, March 1994.

14/ Frieder Rubik, Product policy in support of environmental policy. Case study Germany. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. September 1993.

15/ Установление критериев экомаркировки, в частности в отношении ПМП, которые не согласуются с экологическими условиями и проблемами, а также с условиями и проблемами развития третьих стран, может приводить к дискриминации. См. Imme Scholz, et.al., op. cit.

16/ Кроме того, хотя потребителей и может волновать экологическая ситуация в других частях мира, обычно они воспринимают экологические проблемы в той стране, где они проживают, острее, чем проблемы других стран. Следовательно, если ставится цель проинформировать отечественных потребителей об экологическом воздействии того или иного товара, то вряд ли уместно требовать от иностранных производителей соблюдения тех же самых стандартов по выбросам или тех же пороговых величин, что и от отечественных производителей. См. A. Markandya, "Eco-labelling: An introduction and a review", February 1995.

17/ Verbruggen, H., 1994, *Changing North-South Comparative Advantages and the Role of Development Co-operation* (документ, представленный на рабочем совещании ОЭСР по торговле, окружающей среде и сотрудничеству в области развития, Париж, 28 октября 1994 года).

18/ De Motta Veiga, P., M. Peis Castilho, G. Ferraz Filho, 1994, *Relationships between Trade and the Environment: the Brazilian Case* (исследование, проведенное в рамках совместного проекта ЮНКТАД/ПРООН "Согласование экологической и торговой политики").

19/ Rachel Crossley, C.A. Primo Braga, P.N. Varangis, *Is there a commercial case for tropical timber certification?* (документ, представленный на Рабочем совещании ЮНКТАД по экомаркировке и международной торговле, Женева, 28-29 июня 1994 года).

20/ Anniken Enger, Randi Lavik, Pal Strandbakken, Eivind Sto, "The White Swan in Norway: Knowledge of and Trust in Eco-labelling" (документ, представленный на Международной конференции по устойчивому потреблению, Лиллехаммер, Норвегия, 12-14 февраля 1995 года).

21/ По сообщениям одного источника, правительство Германии требует от многих государственных программ снабжения и организованных закупок рассматривать вопрос о закупке лишь тех товаров, которым присвоен знак экомаркировки "Блу эйнджел" ("Синий ангел"). См. Hartwell, Bergkamp, op. cit., цит. в Porter, E., C van der Linde, op. cit.

22/ На проведенном недавно в Осло совещании за "круглым столом" по проблемам устойчивого производства и потребления (6-10 февраля 1995 года) использование правительствами и деловыми кругами экологических стратегий в области закупок было выделено в качестве одной из шести "приоритетных областей".

23/ Maria Isolda Guevara, Ramesh Chaitoo; Murray Smith, *Canada's Environmental Choice Programme and its Impact on Developing Country Trade* (документ, представленный на Рабочем совещании ЮНКТАД по экомаркировке и международной торговле, Женева, 28-29 июня 1994 года).

24/ ЭЧП рассчитывает включить в круг тех товарных групп, в которых предусмотрено присвоение знаков экомаркировки, еще 60 категорий товаров. В рамках этого плана ЭЧП заостряет внимание на рыночной ориентации, повышении осведомленности населения (например, через развитие сотрудничества с обладателями лицензий в области рекламы и маркетинга), а также на выработке новых подходов к критериям экомаркировки. Например, было запрошено исследование на предмет определения и составления упорядоченного списка возможных категорий товаров и услуг исходя из

предполагаемых преимуществ их включения в программу с точки зрения обеспечения чистоты окружающей среды, объемов их продажи (с учетом расходов домашних хозяйств и государственных закупок), а также возможной реакции промышленности.

25/ В обеих программах главными компонентами критериев присвоения знаков экомаркировки товарам являются стадии использования и удаления продукции в рамках ее жизненного цикла (см. TD/B/WG.6/2, вставка 4).

26/ Guevara, Chaitoo, Smith, op. cit.

27/ Сингапурская схема "зеленой маркировки", 1994 год.

28/ Например, в Германии компания "Кока-кола" прекратила использовать знак "Блу эйнджел" ("Синий ангел") на бутылках многократного употребления из полиэтилен-терефталата, поскольку, по ее оценкам, эффективность этого знака с точки зрения маркетинга стала нулевой. См. IOW, op. cit.

29/ OECD, Workshop on Trade, Environment and Development Co-operation, 28 October 1994. Summary Report. OECD/GD(95)10, p. 10.

30/ OECD, Development Assistance Committee, "Trade, Environment and Development Co-operation", OCDE/GD(95)7, Paris 1995.

31/ Fundação Centro de Estudos do Comercio Exterior, "Eco-labelling schemes in the European Union and their impacts on Brazilian Exports" (документ, представленный на Рабочем совещании ЮНКТАД по экомаркировке и международной торговле, Женева, 28-29 июня 1994 года).

32/ См. TD/B/WG.6/2, пункт 33.

33/ Для присвоения знака экомаркировки товары должны иметь не более оговоренного количества "очков нагрузки", или "штрафных очков", которые начисляются на основе конкретных параметров.

34/ Imme Scholz, Karola Block, Karen Feil, Martin Krause, Karolin Nakonz, Cristoph Oberle, "Medio ambiente y competitividad: El caso del sector exportador chileno". Instituto Aleman de Desarrollo (Германский институт развития), Берлин, 1994 год.

35/ К февралю 1995 года в процессе проведения исследования по текстильным изделиям был достигнут процедурный этап V согласно "Процедурным положениям по установлению товарных групп и экологических критериев". Таким образом, проект предложения предстояло еще направить в ГД-ХI Европейской комиссии.

36/ СМК направил свое предложение в Европейский союз для обсуждения в компетентных органах.

37/ Проект критерия по содержанию пентахлорфенола (ПХФ) в коже, согласно которому содержание ПХФ в коже намечалось ограничить максимум 100 частями на миллион, был отменен в связи с установлением более жестких обязательных стандартов, согласно которым максимальное содержание ПХФ должно составлять лишь 5 частей на миллион.

38/ "Энергоемкость" продукции обувной промышленности рассчитывается на основе объема различных материалов, используемых в паре обуви, и ряда коэффициентов, через которые по каждому материалу выражается "количество энергии, содержащейся в сырье, плюс количество энергии, использованной при переработке". При использовании этого метода не учитывается фактическое количество энергии, потребляемой в разных странах. Таким образом, сравнительные преимущества, получаемые за счет использования в процессе просушки солнечного света (в Индии) или гидроэлектроэнергии (в Бразилии), во внимание не принимаются.

39/ Вместе с тем требование о применении технологии биологической очистки сточных вод может быть трудновыполнимым для иностранных производителей, использующих другие системы. Что касается критерия выбросов хрома (Cr) (концентрация хрома в сточной воде), то следует отметить, что соответствующие пороговые уровни установлены на основе действующего законодательства Нидерландов.

40/ В таких декларациях даются ссылки на технические досье, содержащие информацию, которую производитель использует для представления органу сертификации доказательств того, что он выполнил установленные требования, касающиеся спецификации материалов, лабораторных исследований (предпочтительно осуществляемых третьей стороной) и представление сертификатов от поставщиков. Вопрос о необходимости проведения инспекций на местах или об отсутствии таковой решается по усмотрению органа сертификации. В случае признания такой необходимости может потребоваться посещение по крайней мере двух компаний: обувной фабрики и предприятия по дублению кожи.

41/ European Commission, Commission Information on Eco-labelling. Procedural Guidelines for the establishment of product groups and ecological criteria. Paragraph V.8.

42/ Поскольку сельскохозяйственная продукция, а также сырье, промежуточная продукция и средства производства, как правило, не охватываются программами экомаркировки, анализ секретариата ЮНКТАД строится исключительно на исследовании несельскохозяйственных (т.е. промышленных) потребительских товаров. К категории потребительских товаров было отнесено в общей сложности 734 товарные группы на уровне шестизначного кода СС (на развивающиеся страны и Китай приходится 50,1% совокупного импорта промышленных потребительских товаров в ЕС, исключая взаимную торговлю).

По 445 товарным позициям доля развивающихся стран или Китая в стоимостном объеме импорта ЕС (за исключением взаимной торговли) составляет 50 или более процентов. Можно привести следующие примеры (в скобках указаны основные поставщики на уровне шестизначного кода СС): изделия из кожи (Китай), ковры (Иран и Индия), столовая и кухонная посуда (Республика Корея, Китай и Индия), текстильные и швейные изделия (Турция, Индонезия, Таиланд, Гонконг, китайская провинция Тайвань, Марокко, Китай, Республика Корея, Египет, Кипр, Пакистан и Малайзия), обувь (Китай и Республика Корея), ювелирные изделия (Таиланд и Гонконг), бытовые приборы для приготовления пищи (китайская провинция Тайвань), кухонные ножи (Республика Корея), лезвия для бритв (Аргентина), швейные машины (китайская провинция Тайвань), электромеханические и электротермические бытовые приборы (Китай), приборы для сушки волос (Китай), утюги гладильные (Сингапур), микроволновые печи (Республика Корея), кассетные проигрыватели (Китай), радиоприемники (Китай), телевизионные приемники (Таиланд и китайская провинция Тайвань), мотоциклы (китайская провинция Тайвань), велосипеды (китайская провинция Тайвань), часы (Китай и китайская провинция Тайвань), спальные мешки (Китай), игрушки (Китай и китайская провинция Тайвань), теннисные и другие мячи (Индонезия и Пакистан), обычные коньки и роликовые коньки (Китай), удильца и катушки для спиннингов (Республика Корея), зажигалки (Мексика) и расчески (китайская провинция Тайвань).

43/ Понимание о толковании статьи XXVIII Генерального соглашения по тарифам и торговле 1994 года.

44/ При применении этой формулы в отношении импорта из стран, не являющихся членами ЕС (но исключая торговые потоки объемом менее 500 000 долл. США), выясняется, что отдельные категории текстильных изделий представляют значительный экспортный интерес для НРС. Например, в экспорте Непала и Афганистана в страны ЕС на шерстяные ковры приходится соответственно 87 и 32%. Майки с коротким рукавом представляют значительный экспортный интерес для Мальдивских Островов (18,7%), Лаоса (14,5%) и Бангладеш (11,7% или 113,6 млн. долл. США).

45/ Заявки на участие в работе Подкомитета ИСО по экомаркировке подали следующие страны: Австралия, Австрия, Бельгия, Бразилия, Германия, Дания, Индия, Ирландия, Испания, Канада, Колумбия, Малайзия, Нидерланды, Новая Зеландия, Объединенная Республика Танзания, Республика Корея, Российская Федерация, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты, Таиланд, Тринидад и Тобаго, Турция, Уругвай, Финляндия, Франция, Чешская Республика, Швейцария, Швеция, Южная Африка и Япония. Однако из развивающихся стран экспертов для участия в дискуссиях назначили только Малайзия, Республика Корея и Южная Африка. Секретариат ЮНКТАД участвует в работе ТС 207/SC 3 в качестве контактной организации и вносит в нее соответствующий вклад, например в рамках анализа аспектов экологической маркировки, касающихся международной торговли.

46/ А. Markandya, op cit.

47/ Требования, устанавливаемые для присвоения знака экомаркировки, обычно подразделяются на две группы:

- общие требования, которые применяются ко всем товарам и определяют общие условия присвоения знака экомаркировки; и
- товарные критерии, определяющие технические требования, применимые к конкретной товарной группе.

48/ Environmental Choice Program, Environment Canada, "Eco-labelling and PPMs. The international Context". Документ, представленный на рабочем совещании ОЭСР по экомаркировке и торговле, Лондон, 6 и 7 октября 1994 года.

49/ На первой сессии Рабочей группы некоторые делегации подчеркнули, что ЮНЕП следует провести исследования на предмет определения основы для установления экологической эквивалентности.

50/ Активность участия развивающихся стран в совещаниях технических комитетов и подкомитетов ИСО с годами возросла, но все еще не достигла ожидаемого уровня. ИСО предоставляет дотации на оплату путевых расходов и суточных некоторым странам для обеспечения их участия в одном или двух совещаниях в надежде на то, что это поможет расширить участие развивающихся стран в деятельности ИСО.

51/ Документы, представленные на Рабочем совещании по экомаркировке и торговле, издаются в форме книги.
