**Ответственность производителя за свою продукцию**

Алексей Масленников

Принцип ответственности производителя за свою продукцию формировался в ХХ веке под давлением потребительского сообщества. Потребитель, приобретая продукт, хотел быть уверен в его безопасности и соответствии заявленным характеристикам. Со временем требования потребителей становились жестче, соответственно формировалось законодательство в отношении требований к продуктам и подтверждению заявленным характеристикам.

С развитием общества стало очевидно, что регламентировать следует не только требования к безопасности продукции или соответствие определенным характеристикам, но и требования к безопасному устранению продукта после его использования (в дальнейшем - утилизацию). Это может относиться в равной мере, как к продуктам бытового потребления, так и к промышленной продукции. Причем требования к продукции бытового потребления имеют большее значение, т.к. население менее всего склонно к выполнению различных правил. Управлять поведением индивида труднее, чем регулировать отношения с предприятиями и организациями. Учитывая эту особенность начинать внедрение принципа ответственности производителя в отношении безопасного устранения своей продукции после использования, вероятно, следует с производителей потребительских товаров, как пищевых, так и всех остальных.

Целесообразность возложения ответственности за утилизацию своей продукции после использования на производителя продиктована стремлением общества формировать окружающую среду, безопасную для жизни.

Очевидно, что производители продукции не заинтересованы в принятии на себя каких-либо дополнительных обязательств, даже если они не повлекут значительных расходов. Следовательно, любое распространение принципа ответственности за утилизацию своей продукции должно происходить постепенно, дабы не снизить конкурентоспособность производителей.

Как одно из направлений реализации принципа ответственности за свою продукцию можно выделить обязанность производителя выпускать такой продукт, который можно легко утилизировать. Но в этом случае, придется создавать целый свод норм и правил, которым должна соответствовать продукция. Не лучше ли предоставить это решать самим производителям, озадаченным самим утилизировать свою продукцию, вышедшую из употребления? Кто додумается выпускать продукт, который нельзя переработать, если ему самому придется с ним возиться?

Наиболее простой путь - обязать производителя бесплатно для потребителя принимать использованную продукцию и утилизировать ее наименее опасным для людей и окружающей природной среды способом. Уже это простое требование теоретически позволит наладить безопасную утилизацию продукции автоиндустрии, упаковочной и строительной индустрии.

Отсюда возникает следующий вопрос: как нормировать ответственность производителя? Ведь и так ясно, что в короткий срок даже крупные предприятия, имеющие хорошую техническую и финансовую базу, не смогут обеспечит утилизацию всей своей продукции. Видимо для создания оптимальных условий, следует предложить производителю на выбор несколько вариантов обеспечения принципа ответственности. Например, один вариант может включать в себя соглашение с торговыми точками, которые будут принимать использованную продукцию и передавать производителю или его агенту. Другой вариант может включать в себя соглашение с национальным или региональным оператором. И конечно, нельзя обойти внешнеторговую деятельность. Вся ввозимая на территорию России продукция должна соответствовать этому принципу.

Процедурные вопросы должны соответствовать принципу минимизации расходов, как со стороны предприятий, так и со стороны налогоплательщиков (бюджета). Естественно, выигрывать будут те производители, которые будут производить продукцию, требующую минимальных затрат на ее сбор и утилизацию. К примеру, производители сливочного масла в бумажной упаковке смогут продавать свою продукцию дешевле, чем те производители, которые упаковывают сливочное масло в обертку из композиционных материалов, т.к. бумажная упаковка, как безопасная для окружающей среды (биоразлагаемая), не требует расходов по ее утилизации. Следовательно, первый производитель будет иметь возможность продавать свою продукцию дешевле на сумму, необходимую для утилизации композитной упаковки.

**Перспективы распространения принципа ответственности производителя в России**

Встает логичный вопрос о том, готова ли Россия внедрять принцип ответственности производителя за свою продукцию? Дополнительные обязательства, накладываемые на производителей, естественным образом отразятся на стоимости продукта, т.к. выполнение обязательств потребует дополнительных расходов от производителя. Однако, раз уж такую ответственность производитель фактически делит с потребителем, то чем такой подход отличается от ответственности загрязнителя, коим становится потребитель выбрасывая использованный продукт? Видимо тем, что потребитель не в состоянии влиять на способность продукта легко утилизироваться, это может делать только изготовитель. Потребитель также не может создать и управлять системой сбора и утилизации вышедшей из употребления продукцией. Производитель же в состоянии управлять всеми процессами, от производства, до утилизации своей продукции, в том числе нереализованной, но с истекшим сроком годности.

У производителя гораздо больше возможностей для выполнения обязательств в отношении своей продукции, чем может показаться на первый взгляд. Производитель непосредственно устанавливает контакт с потребителем через этикетку, упаковку, инструкцию по эксплуатации, рекламе и другим средствам воздействия на потребителя. Таким образом, каждый производитель продукции имеет возможность мотивировать своего потребителя на конкретные действия после того, как продукт будет использован и у потребителя возникнет необходимость его выбросить. Примером тому могут служить пиктограммы на упаковке пищевых продуктов, где изображен человечек, выбрасывающий мусор в корзину.

Производитель продукции использует различные приемы в рекламных целях, но также может использовать в рекламных целях и систему сбора и утилизации использованных продуктов. Например, в магазинах фототоваров могут стоять емкости для сбора использованных батареек с логотипами производителей этих батареек. Очевидно, что для таких товаров, целесообразнее иметь общую систему сбора и утилизации на всех производителей. Тоже можно сказать о производителях автомобильных шин, аккумуляторов и прочих массовых товарах, которые в использованном виде представляют опасность для окружающей природной среды и человека.

Однако возникает другой вопрос: каких затрат потребует от производителей соблюдение таких обязательств? Например, в отношении автомобильных шин в среднем такие расходы составят 0,2% от стоимости. Близкое соотношение расходов к цене будет в отношении автомобилей. Кажется, тут и говорить не о чем? Но не по каждой группе товаров будет справедливо такое соотношение, особенно в отношении упаковки, где это соотношение составляет примерно 5%, что уже достаточно ощутимо. Таким образом, соблюдение принципа ответственности за свою продукцию в конце жизненного цикла по-разному отразится на производителях. Но с другой стороны никто не заставляет вводить этот принцип немедленно и во всем объеме. Вполне возможно начать с тех производителей, которым легче всего соблюсти возлагаемые на них обязательства потребительским сообществом. Кто это должен быть, не трудно подсчитать.