

Как известно, ССП позволяет оценить качество управления организацией по четырём основным её направляющим [3]: финансы; клиенты; внутренние бизнес-процессы; обучение и развитие организации. Показатели по каждому из четырёх направлений взаимосвязаны причинно-следственной связью, определенной при разработке и внедрении данной системы ССП на предприятии [7].

На каждом из уровней управления: стратегическом, тактическом, операционном, персональном определяются цели и задачи по четырем перспективам ССП, которые в дальнейшем формируют «стратегическую карту» компании, которая используется для составления перечня целевых показателей управления в ССП (рис. 2).

Как можно заметить, все возможные показатели в ССП, прежде всего, ориентируются на степень достижения экономических целей (в перспективе «финансы»), относительно которых формируются цели по трем оставшимся перспективам. При этом фундаментальной перспективой в стратегической карте является «персонал организации». Показатели данной перспективы ориентируются как на экономические цели, так и на цели двух других перспектив («Клиенты» и «Бизнес-процессы»), что позволяет в полной мере проследить причинно-следственную связь изменения показателей, выявить основные проблемы организации и принять верные решения. В таблице 2 представлен пример перечня показателей ССП, определенных исходя стратегической карты компании.

Таким образом, внедрение системы сбалансированных показателей даёт возможность оценить экономическую эффективность управления персоналом организации, в дальнейшем это также позволит решить ряд задач на предприятии, а именно:

- решить проблему непонимания стратегии сотрудниками предприятия путем проработки и формализации стратегии предприятия, проводимой в начале проекта;

- выявить эффективные показатели, удобные для оперативного управления (достигается в ходе обсуждения с персоналом стратегических показателей);

- получить знания в результате разработки ССП, которые могут стать основой других проектов по реорганизации предприятия, например, постановка управленческого учета, внедрение системы бюджетирования, развитие системы мотивации персонала и др.;

- осуществить поиск решений различного рода оперативных задач в процессе формирования стратегии управления персоналом и составления стратегических карт предприятия.

Исследование проблемы оценки экономической эффективности управления персоналом организации имеет большое значение на сегодняшний день в современных организациях, поскольку это позволяет взглянуть не только на проблемы персонала в компании, но и предоставляется возможность в комплексе рассмотреть экономическую ситуацию в организации.

Литература

1. Александрова А.В., Курашова С.А. Стратегический менеджмент: учебник. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 320 с.
2. Егоршин А.П., Зайцев А.К. Организация труда персонала: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2011.
3. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — М.: Изд-во «Олимп-Бизнес», 2014.
4. Котова Л. Ключевые показатели эффективности системы управления персоналом // Кадровик. — 2010. — №12. — С.44–50.
5. Курмаев М.Ф., Лузгина О.А. Управление кадровыми рисками на предприятии // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 14–15 апреля 2016 г.) / Под ред. В.И. Будиной, А.Н. Опекунова. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2016.
6. Понятие экономической эффективности: [Электронный ресурс] // Википедия — свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экономическая_эффективность (Дата обращения: 10.09.2016).
7. Сбалансированная система показателей: [Электронный ресурс] // HR-Portal HR-сообщество и публикации. URL: <http://hr-portal.ru/varticle/sbalansirovannaya-sistema-pokazateley> (Дата обращения: 10.09.2016).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

А.Р. Ахметшина,

профессор Высшей школы бизнеса Казанского (Приволжского) федерального университета,
доктор экономических наук
alsoura@yandex.ru

Т.Н. Губайдуллина,

профессор кафедры территориальной экономики Казанского (Приволжского) федерального университета,
доктор экономических наук
gubaidullina_tn@mail.ru

Статья посвящена проблемам перехода современной России к устойчивому развитию. Представлен анализ реализации принципов устойчивого развития на примерах российских и зарубежных предприятий. В статье также рассматривается влияние реализации принципов устойчивого развития на успешное развитие бизнеса и его конкурентоспособности. Продемонстрирована практика устойчивого развития организаций, занимающихся различными видами промышленной деятельности в международном, региональном и местном масштабах. Рассмотренные в статье принципы из зарубежной практики, призывающие представителей бизнеса и руководителей переоценить деятельность их предприятий, показывают путь в направлении новой модели бизнеса, которая стремится понять и поддержать природные системы, а также способствовать экономическому и социальному процветанию и благополучию.

Ключевые слова: устойчивое развитие, бизнес, окружающая среда, эколого-экономическое развитие, природные ресурсы, экосистема, принцип осторожности.

УДК 334.7

В последние годы актуальной становится реализация концептуальных подходов устойчивого развития не только на

международном или национальном уровнях, но и на уровне отдельного предприятия, организации.

Влияние устойчивого развития на бизнес — это одна из последних тенденций, наблюдающихся в обществе. Экономическая деятельность многих международных и национальных, крупных и малых компаний оказывает разрушительное воздействие на природные системы, что выражается в снижении рыбных запасов, лесов, запасов воды и сельскохозяйственных угодий во всем мире, а также в росте загрязнения, увеличении токсичных отходов и в глобальных климатических изменениях.

В подходе «business as usual» («бизнес в обычном понимании») компании рассматривают требования устойчивого развития как препятствие к успешному бизнесу, а соответствие законам — как дополнительные издержки ведения бизнеса. С целью избежать дополнительную нагрузку на прибыль в деятельности таких компаний превалирует отношение, предполагающее соответствие самым минимальным требованиям.



Рис. 1. Причины, которые называют компании, не реализующие стратегию устойчивого развития [1]

Даже когда люди знают о необходимости изменений, когда они осознают риски, о которых говорят, например, изменение климата, перерасход ресурсов или существование в некоторых странах нищеты, они зачастую оставляют это осознание на интеллектуальном уровне, на уровне концепций и мнений. Очень сложно начать действовать по-другому, работать по-другому. Этот шаг требует огромных усилий.

Революция устойчивого развития меняет сложившийся подход, делая устойчивость составляющей успешного бизнеса. Сегодня проблемы устойчивого развития бизнеса лидируют в повестке генеральных директоров глобальных корпораций. Крупные международные компании определили устойчивое развитие в качестве ключевой стратегии своего развития в будущем и руководствуются принципами, разработанными на основе положений различных конференций. В России этот подход только начинает набирать обороты. Ведущая роль в продвижении устойчивых практик в России сегодня во многом принадлежит международным компаниям.

В частности, Unilever — британская и нидерландская компания, одна из мировых лидеров на рынке продуктов питания и товаров бытовой химии. В России Unilever работает с 1991 г. (в 1992 г. открыт представительский офис «Юнирус» в Москве). В России компанией была запущена лаборатория устойчивого развития (Sustainable LivingLab). Создатели уверены, что центр сможет стать незаменимым звеном в реализации программ устойчивого развития, и будет генерировать идеи для формирования образовательных программ высочайшего класса для сегодняшней и завтрашней деловой элиты России.

Ведущие устойчивые западные компании считают, что в настоящее время устойчивое развитие должно быть неотъемлемым компонентом корпоративной стратегии. Управление компаний должно приражаться к принципам устойчивого развития и должен быть создан дополнительный организационный потенциал. Устойчивые стратегии должны поддерживаться управленческим контролем, оценкой результативности и соответственно системой вознаграждений, а также миссией, культурой и, соответственно, людьми. Менеджеры должны интегрировать устойчивое развитие во все стратегические и оперативные решения. А управление показателями устойчивого развития следует рассматривать не только как избежание риска и соответствие стандартам, но и как возможность для инноваций и конкурентных преимуществ.

Таблица 1

Топ 10 наиболее устойчивых компаний согласно информации, представленной в журнале Fortune [2]

№	Компания	Описание	Расположение
1.	Vodafone Group plc	британская компания, один из крупнейших в мире операторов сотовой связи	Ньюбери, графство Беркшир
2.	Alphabet Inc	Холдинг, владеет несколькими компаниями, ранее принадлежавшими Google Inc, и самой Google Inc в том числе. Во главе холдинга находятся сооснователи Google Ларри Пейдж и Сергей Брин	Маунтин-Вью, Калифорния, США
3	Toyota Motor Corporation	крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация	Тойота, Айти, Япония
4	Wal-Mart Stores, Inc	американская компания-ритейлер, управляющая крупнейшей в мире розничной сетью	Бентонвилль, штат Арканзас, США
5	Enel	международная компания, занимающаяся производством и распределением электроэнергии и газа	Рим, Италия
6	Glaxo Smith Kline plc	британская фармацевтическая компания, одна из крупнейших в мире	Брентфорд, Великобритания
7	Jain Irrigation Systems	производит интегрированные системы автоматизации орошения	Джалгаон, Индия
8	Cisco	американская транснациональная компания, разрабатывающая и продающая сетевое оборудование	Сан-Хосе, Калифорния, США
9	Novartis International AG	транснациональная фармацевтическая корпорация, производитель фармацевтических препаратов	Базель, Швейцария
10	Facebook	одна из крупнейших социальных сетей в мире	Менло-Парк, Калифорния, США

Руководитель организации — ключевая персона, которая должна убедить заинтересованные группы в том, что достижение устойчивого развития является корпоративной целью. Устойчивые стратегии имеют типично иерархическую структуру, и наиболее эффективное внедрение осуществляется, когда топ-менеджмент четко придерживается выбранной стратегии.

Первостепенная цель заключается в установлении принципов и методов, которые помогут организационно оформить концепцию устойчивости в компании.

Совет директоров и топ-менеджеры устанавливают и защищают эти принципы и несут ответственность за внедрение их в культуру организации.



Рис. 2. Причины внедрения компаниями методов устойчивого развития [1]

Устойчивые компании в современных условиях видят следующие конкурентные преимущества в политике устойчивого развития:

- сокращение энергозатрат, отходов и издержек;
- создание новых инновационных продуктов и процессов;
- открытие новых рынков;
- привлечение и сохранение лучших сотрудников;
- улучшение имиджа перед акционерами и общественностью;
- сокращение рисков, связанных с нарушением закона, и страховых издержек;
- обеспечение более высокого качества жизни.

Исходя из существующих подходов, особенно внимательными к вопросам устойчивого развития должны быть следующие компании:

- известные торговые марки. Компании, имеющие устойчивый имидж и значительные нематериальные активы (Coca-Cola, Procter&Gamble, McDonald's и др.);
- компании с высоким уровнем воздействия на окружающую среду. Представители добывающей и тяжелой промышленности (BP, Exxon, Alcoa, Lafarge и др.) осознают растущий контроль в отношении их деятельности;
- компании, зависящие от природных ресурсов. Компании, продающие рыбу, продовольствие и лесную продукцию (Cargill, Nestle, International Paper и др.), находятся на передовой и общество выдвигает в отношении их деятельности очень жесткие ограничения;
- компании, находящиеся в сегменте с жесткими нормативными требованиями. Вопросы, касающиеся стратегий по окружающей среде, играют особенно важную роль для тех, кто работает с опасными материалами (DuPont);
- компании, относящиеся к сегменту, где возможно появление нормативных требований. Автопроизводители и производители изделий электроники (Ford, Intel) сталкиваются с появлением требований европейского закона «takeback» («взять обратно»);
- конкурентный рынок для талантов. Сюда относятся компании сферы услуг и «новой экономики» (Citigroup, Intel, Microsoft), которые должны оставаться на высоте в отношении вопросов охраны окружающей среды;
- компании, опирающиеся на крупных клиентов, которые в свою очередь могут поставить вопрос о состоянии дел по окружающей среде (большинство мелких и средних компаний сферы бизнес-бизнес);
- компании с устоявшейся эко-репутацией.

В заключительной декларации Всемирной конференции по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.) были изложены 27 принципов устойчивого развития, которые получили дальнейшую разработку и на последующих мировых саммитах по проблемам устойчивого развития. Среди них следующие принципы:

- здравоохранение и качество жизни,
- равенство и солидарность,
- защита окружающей среды,
- экономическая эффективность,
- участие и обязательства,
- доступ к знаниям,
- партнерство и межправительственное сотрудничество,
- предупреждение,
- предосторожность,
- защита культурного наследия,
- защита биоразнообразия,
- сохранение экосистемы,
- производство и потребление,
- загрязнитель платит,
- интернализация затрат [3] и др.

Наряду с общепризнанными принципами некоторые торговые, некоммерческие, государственные и международные организации и компании вырабатывают свои собственные принципы и методы оценки устойчивости, также разрабатывают программы с целью помочь компаниям в выработке и в применении стратегии устойчивого развития.

Так, например, международная инжиниринговая компания Arup, имеющая 7000 служащих в 32 странах, использует методику SPeAR — Sustainable Project Appraisal Routine (мето-

дика оценки устойчивого планирования) — для определения успешности устойчивого развития. Анализ SPeAR основан на показателях уровня защиты окружающей среды, социального равенства, экономической жизнеспособности и эффективного использования природных ресурсов.

Такие организации как Business for Social Responsibility, Social Venture Network, International Chamber of Commerce и Coalition for Environmentally Responsible Economies предлагают компаниям способы и методы определения влияния деятельности на окружающую и социальную среду.

Неправительственная организация Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative (GRI)) совместно с 60 международными корпорациями разработала свои рекомендации. GRI стала стандартом нефинансовой отчетности и предлагает путь узаконивания целей и задач устойчивого развития в традиционной экономической среде. Согласно данному механизму выявляются риски в отношении окружающей и социальной среды. Популярность этой формы отчетности растет, и она является наиболее подходящей для крупных компаний.

НП АКР «Да-Стратегия» более 5 лет является официальным организационным и информационным партнером GRI в России. Компания входила в число организаторов обсуждения подготовки руководства в области устойчивого развития G3.0 в России, отраслевого приложения для электроэнергетики, а также участвовала в корректировке новой версии GRI G4. «Да-Стратегия» является одним из старейших игроков российского рынка консультационных услуг по корпоративной отчетности и повышению прозрачности компаний. С 2004 по 2015 гг. компания совместно со своими клиентами подготовила 54 годовых, нефинансовых и интегрированных отчетов.

ПАО «Газпром нефть» публикует отчеты в области устойчивого развития с 2007 г., с 2008 г. выпускает их одновременно с годовым отчетом. Это позволяет компании последовательно повышать качество информации о деятельности в области устойчивого развития и социальной ответственности, а также обеспечивать заинтересованным сторонам представление о компании в широком стратегическом контексте.

В Республике Татарстан отчет об устойчивом развитии одними из первых начали публиковать ПАО «Татнефть», ПАО «Нижнекамскнефтехим». Компании практикуют публикацию нефинансовой отчетности с 2009 года.

Джон Эллингтон в устойчивом бизнесе ввел понятие «triple bottom line» (TBL), что значит в переводе «трехчастная модель» отчетности по устойчивости. Согласно этой системе отчетности компании анализируют не только экономический и прибыльный аспект их бизнеса, а также затраты по защите окружающей среды и социальные затраты.

Компания Coca-Cola HBC составляет сводный отчет. Отчет представляет стратегию компании и результативность на базе финансовых, экономических, социальных и экологических показателей. Первый сводный отчет 2012 года был отмечен в исследовании Гарвардской бизнес школы как «лучший пример» этого нового подхода к отчетности. Coca-Cola HBC стремится показать посредством отчета, как это создает ценность не только для бизнеса и заинтересованных лиц, но также для сообществ и общества, в котором компания живет и работает.

В отношении финансового сектора необходимо отметить Экваториальные принципы, которые были разработаны в 2003 году десятью мировыми банками, среди которых Citigroup, Credit Suisse, ABN AMRO.

Экваториальные принципы [4]:

- Принцип 1: Анализ и классификация: Категория А — проекты с потенциально значительными экологическими и социальными рисками и/или неблагоприятными воздействиями, которые являются разнообразными, необратимыми или беспрецедентными; Категория В — проекты с потенциально ограниченными экологическими и социальными рисками и/или неблагоприятными воздействиями, которые являются узко направленными, локальными, в значительной степени обратимыми и легко устранимыми посредством принятия соответствующих мер по смягчению; Категория С — проекты, связанные с

минимальными экологическими и социальными рисками (или неблагоприятными воздействиями, либо без них);

- Принцип 2: Экологическая и социальная оценка;
- Принцип 3: Применимые экологические и социальные стандарты;
- Принцип 4: Система управления и План действий;
- Принцип 5: Процесс взаимодействия с заинтересованными сторонами;
- Принцип 6: Механизм рассмотрения жалоб;
- Принцип 7: Независимый анализ;
- Принцип 8: Обязательства;
- Принцип 9: Независимый мониторинг и отчетность;
- Принцип 10: Отчетность и прозрачность.

В этих принципах изложены нормативы для банков по вопросам выдачи займов для финансирования проектов. Для реализации таких крупных проектов, как строительство нефтепроводов или электростанций теперь требуется подтверждение того, что строительство не оказывает вредное воздействие на окружающую и социальную среду. Экваториальные принципы основаны на рекомендации, используемых Международной финансовой корпорацией (International Finance Corporation IFC), финансовым подразделением Мирового Банка. В течение первого года Экваториальные принципы использовали 23 банка, которые представляли 80% мирового проектного финансирования. В силу этих принципов все больше проектов отклоняются или изменяются. К примеру, нефтепровод в Перу, шахта в Румынии и некоторые другие проекты были отклонены по причине недостаточного учета вопросов охраны окружающей среды. Среди десятка крупных банков, использующих эти принципы, можно отметить CitiGroup, Bank of America, HSBC Holdings. Всего 85 финансовых институтов в 35 странах мира следуют Экваториальным принципам. Российских банков в упомянутом списке нет.

Однако несколько проектов в России были профинансированы в соответствии с этими принципами. Например, банк «БНП Париба» привлек консультантов для оценки социального и экологического воздействия от строительства Хакасского алюминиевого завода компанией «Русал». Российские финансовые институты находятся в начале пути развития практик корпоративной и социальной ответственности, есть отдельные примеры формализации процессов устойчивого развития в банках. Например, «МДМ-Банк» одним из первых принял публичную Стратегию корпоративной социальной ответственности и формализовал политику в области спонсорства и благотворительности.

Среди особенно актуальных для сферы бизнеса принципов необходимо отметить принцип осторожности. Он требует осторожности при разработке нового продукта или процесса. В случае потенциальной опасности продукта для общества необходимо воздержаться от дальнейших действий. Данный принцип отмечен среди принципов Декларации Рио.

Согласно этому принципу процесс технологической инновации оценивается на предмет возможного отрицательного влияния. Однако у данного принципа есть и оппоненты, которые считают, что сложно научно предсказать все возможное влияние новых технологий или открытий.

В своей деятельности компания «Татнефть» придерживается принципа принятия мер предосторожности Декларации Рио-де-Жанейро.

Другая группа принципов — Хьюстонские принципы выдвигают на первый план корпоративную ответственность и отчетность перед сотрудниками. Эти принципы были разработаны в 1999 г. Альянсом по устойчивому труду и окружающей среде. Они подчеркивают взаимозависимость экологических, экономических вопросов и вопросов равенства и справедливости — трех Е устойчивого развития.

В соответствии с этими принципами выполняются следующие задачи:

- обеспечение законности и возможности создания союзов, а также заключения коллективных договоров;
- сокращение отходов и парниковых газов;
- введение трудовых и экологических стандартов в международные торговые соглашения;

– продвижение бизнес-моделей, поддерживающих устойчивое развитие [5].

В плане устойчивого развития ресурсодобывающих видов промышленности необходимо отметить принципы по окружающей среде, здравоохранению и безопасности Американского нефтяного института (API). API — это отраслевое объединение, включающее более 625 членов, представляющих все сегменты промышленности: добывающие компании, перерабатывающие компании, поставщики, операторов трубопроводов и морских перевозчиков.

Институт API был создан в 1919 г. первоначально для разработки стандартов оборудования по бурению и добыче ископаемых. В настоящее время институт выполняет функции ответственного органа за вопросы общественной политики, влияющие на нефтегазовую промышленность.

Принципы API имеют целью продолжить существующую практику добычи ресурсов и при этом обеспечить безопасность окружающей среды. Согласно этим принципам ключевая задача нефтяной промышленности — сохранить баланс между защитой окружающей среды и добычей ресурсов. Часто случаи разлива нефти и проведение буровых работ имеют разрушительные последствия для окружающей среды.

Основная задача этих принципов — сделать обеспечение безопасности, здоровья и сохранения окружающей среды приоритетным аспектом при планировании и разработке новых продуктов и процессов. Это желание обеспечить безопасность демонстрирует усилие промышленности изменить отрицательный имидж, сложившийся в глазах общественности в результате аварий на нефтеперерабатывающих заводах, разливов нефти и др. Нефтяные компании несут ответственность за обеспечение стандартов по безопасности лиц, работающих на заводах и проживающих вблизи этих заводов.

Другой ключевой аспект, который рассматривается в принципах API, касается безопасного хранения и сокращения объемов отходов производства. В особенности это касается хранения опасных веществ, имеющихся на нефтеперерабатывающих заводах, а также на других производственных предприятиях, производящих токсичные отходы. Кроме того, API выступает за сокращение объемов выбросов и отходов. Принципы API имеют целью продвигать сохранение ресурсов и просят членов экономно развивать и добывать природные ресурсы, а также сохранять эти ресурсы с помощью эффективного использования энергии.

Следующая группа принципов, требующая особого внимания — это Ганноверские принципы. Они были разработаны для Международной ярмарки в Ганновере EXPO 2000. На этой ярмарке — «Человечество, природа и технологии» — рассматривались вопросы экологического дизайна.

Ганноверские принципы включают следующее:

1. Настаивать на правах человечества и природы на сосуществование.
2. Признать их взаимозависимость.
3. Уважать взаимоотношения между разумом и материей.
4. Принимать ответственность за последствия проектирования.
5. Создавать безопасные объекты.
6. Опирайтесь на природные энергетические потоки.

Для этих принципов очень важно понимание эффективного энергопользования и жизненного цикла продукта. Несмотря на то, что энергия, необходимая для производства продуктов, не всегда учитывается, она может играть существенную роль в вопросах воздействия строительных проектов на окружающую среду. Концепция жизненного цикла касается фаз и издержек (экономических и экологических) продукта от начального дизайна до его использования и возможного уничтожения.

Подход «от колыбели до колыбели» (Cradle to Cradle или сокращенно C2C) в отношении жизненного цикла продукта требует повторной интеграции продукта в производственный процесс. Вместо того чтобы разрабатывать продукты с ограниченными возможностями повторного использования («от колыбели до могилы»), дизайнеры используют ресурсы и системы

проектирования, которые поддерживают повторное использование в продуктах или услугах.

Продукты, добивающиеся получения сертификата концепции «от колыбели до колыбели» оцениваются по критериям в следующих пяти категориях:

- общее состояние материалов (Material health);
- утилизация материалов (Material Reutilization);
- возобновляемые источники энергии (Renewable Energy);
- управление водными ресурсами (Water stewardship);
- социальная справедливость (Social Fairness).

Компания BMW стала первым производителем, использующим автоутиль; с 2005 г. все автомобили производились из вторичных материалов, что составляет 95%.

Корпорация Apple анонсировала, что заработала 40 миллионов долларов на переработке айфонов.

Компания Green care PROFESSIONAL производит обширный ассортимент профессиональных средств для уборки и ухода и имеет золотой сертификат Cradle to Cradle CertifiedCM, что подтверждает их инновационность и экоэффективность. При производстве средств по очистке и уходу марки Green Care Professional используются безопасные для человека и природы компоненты, которые могут быть возвращены в биологические циклы или качественно восстановлены для дальнейшего использования. «Отходы являются пищей» — все составные компоненты участвуют в техническом и биологическом круговороте. Для электроснабжения производства используется энергия из возобновляемых источников, качество воды защищено и улучшается.

В России также появляются примеры реализации данных принципов. Однако, практика применения отходов, к сожалению, довольно сильно отличается от западной.

К началу 2015 года все производства компании Unilever в России (как и в мире) перешли на принцип «ноль отходов на захоронение»: отныне 100% промышленных отходов Unilever направляется на дальнейшую переработку или использование в качестве вторсырья для других отраслей.

AGC Glass Russia — российская ветвь AGC Glass Europe, европейского подразделения международного концерна AGC (Asahi Glass Co., Ltd) — крупнейшего мирового производителя

стекла, занимающего передовые позиции на рынках производства плоского и автомобильного стекла, стекла для дисплеев, электроники и энергетики, а также фторполимерных пленок, более чем в 30-ти странах Азии, Европы, Северной и Южной Америки. На сегодняшний день AGC является единственным производителем стекла в Европе, трижды удостоенным серебряного сертификата Cradle to Cradle.

АО «Нижекамсктехуглерод» входит в блок предприятий нефтехимического комплекса «Татнефти» и является одним из крупнейших российских поставщиков техуглерода с долей рынка в 16%. Ассортимент продукции насчитывает 14 марок технического углерода. Основными потребителями нижекамского техуглерода являются «Нижекамскшина», «РТИ-Каучук», «Балаково РТИ», «Кварт», «Органический синтез», «Уральский завод РТИ». АО «Нижекамсктехуглерод» реализовал проект по переходу на безотходное производство, в рамках которого получаемый при производстве техуглерода газ направляется для выработки электроэнергии на мини-ТЭЦ.

Группа компаний «Нэфис» (ПАО «Нэфис Косметикс») — российский холдинг, в который входит несколько предприятий, занимающихся производством химической и масложировой продукции. Компания является одним из лидеров на российском рынке по производству бытовой химии. Мыловаренное предприятие компании было переведено на экологически чистое безотходное производство.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что концептуальные положения устойчивого развития реализуются на уровне российских и зарубежных предприятий и организаций. Рассмотренные нами принципы, призывающие представителей бизнеса и руководителей переоценить деятельность их предприятий, показывают путь в направлении новой модели бизнеса, которая стремится понять и поддержать природные системы, а также способствовать экономическому и социальному процветанию и благополучию. В то же время следует отметить, что российские предприятия находятся на начальной стадии реализации принципов устойчивого развития, хотя уже имеется определенный положительный опыт, который следует расширять и внедрять в деятельности более широкого круга отечественных предприятий и организаций.

Литература

1. Genevieve Ferone, Dominique Deabas, Anne-Sophie Genin. — Ce que development durable veut dire, 2004. — 124 p.
2. Fortune's Change the World list: Companies that are doing well by doing good. — September 1, 2015.
3. Tremblay S. Developpement durable et communications. — Quebec: 2007. — 26 p.
4. The Equator Principles (EP) III. — June 4, 2013.
5. Hitchcock D., Willard M. The business guide to sustainability: practical strategies and tools for organizations. — UK and USA: Earthscan, 2009.
6. Edwards A. R. The Sustainability Revolution. — Canada: New Society Publishers, 2005.
7. Esty D.C, Winston A.S. Green to Gold. — The USA: Yale University Press, 2006.
8. Bourg D., Grandjean A., Libaert T. Environnement et Entreprises. — Paris: Pearson Education France, 2006.
9. Burgenmeier B. Economie du developpement durable. — Bruxelles: De boeck, 2004.
10. Epstein Marc J. Making sustainability work: best practices in managing and measuring corporate social, environmental and economic Impacts. — UK: Greenleaf Publishing Limited, 2008.
11. Akhmetshina A., Postalyuk M. Innovatization of the sustainable development structures of economic systems // Journal "Problems and Perspectives in Management", 2014, Special Issue.
12. Посталюк М.П., Розанова Л.Н. Территориальные социо-эколого-экономические системы: проблема устойчивости // Проблемы современной экономики. — 2013. — №3.