

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ — ЭТО НЕФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, КОТОРЫЕ, ВПРОЧЕМ, НАПРЯМУЮ ВЛИЯЮТ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ. В РОССИЙСКОМ РЕЕСТРЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ОТЧЕТОВ БОЛЕЕ ТЫСЯЧИ ПУБЛИКАЦИЙ ПОЧТИ 200 ОРГАНИЗАЦИЙ, МНОГИЕ ИЗ КОТОРЫХ СОСРЕДОТОЧЕНЫ НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ. АНАЛИТИКИ УВЕРЕНЫ, ЧТО ПОДОБНЫЕ ПРОГРАММЫ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИТОРОВ.

ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ

В библиотеку нефинансовых отчетов входит 195 компаний, которые загрузили более 1 тыс. документов, следует из данных Российского союза промышленников и предпринимателей. Среди них металлургические и горнодобывающие компании (En+ Group, Evraz, ММК, «Алроса», «Металлоинвест», СУЭК, «Русал» и другие), нефтегазовый сектор («Газпром нефть», «Сургутнефтегаз», ЛУКОЙЛ, «Роснефть», «Новатэк», «Татнефть», «Транснефть»), а также представители секторов строительства («Группа ЛСР»), ритейла («Детский мир», «Магнит», «М.Видео»), телекоммуникаций (МТС, «Мегафон», «Ростелеком», Mail.ru Group), энергетики («Россети», «Энел Россия», «Русгидро») и финансов (Сбербанк, ВЭБ, Московская биржа, Московский кредитный банк).

В целом для России характерна технологическая направленность экологических программ, основанная на модернизации существующих технологий с целью снижения влияния производства на окружающую среду, говорит директор Лаборатории устойчивого развития Проектного офиса развития Арктики Евгений Боровичев. Часть российских крупных компаний рассматривает инициативы в среде экологии как корпоративную социальную ответственность, но заметны ошибки, говорит специалист по развитию компании «Сфера экологии» в Санкт-Петербурге Юлия Барсукова. Так, многие приравнивают программы к благотворительности, не анализируют контрагентов, заинтересованные стороны — стейкхолдеров — в проблеме, публикуют отчет ради отчета и не связывают инициативы с основным бизнесом.

МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЯ Российские компании в формировании своей долгосрочной стратегии в основном ориентируются на повышение энергоэффективности, снижение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, утилизацию и повторное использование отходов, экологическое волонтерство, отмечает директор Института дополнительного профессионального образования Выс-

шей экономической школы Яна Клементовичус.

«В более широком смысле на экологические программы оказывают сильное влияние глобальная климатическая повестка и так называемый тренд низкоуглеродной экономики. По нашим наблюдениям, во всем мире к ним приковано больше и медийного, и регуляторного внимания. В ряде западных стран введены углеродные налоги, система торговли выбросами, формируется рынок офсетов (компенсационные меры.— **BG**). В России на сегодняшний день отсутствует прямое углеродное налогообложение, но уже рассматривается законопроект о зеленых сертификатах», — поясняет эксперт.

Дополнительная функция инициатив в сфере экологии — изменение бизнес-моделей на основе принципов экономики замкнутого цикла, ориентированной на возобновление используемых ресурсов, чтобы способствовать извлечению прибыли из вторичного использования ресурсов, говорит доцент Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета Юлия Арай. Если инициативы в сфере развития местного сообщества и сотрудников уже достигли достаточно высокой планки с точки зрения их системности и проработанности, то программы в сфере экологии еще требуют дополнительных усилий со стороны компаний, утверждает она.

Под экологической программой обычно подразумевают некий бюджет, который компания хочет пожертвовать на экологию или снижение вредного воздействия компании на окружающую среду, считает доцент НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге Максим Сторчевой. Любая компания взаимодействует с своими стейкхолдерами и может оказывать воздействие на их сознание и поведение, уверен он. Крупная компания может запустить программу раздельного сбора мусора или экономии электричества — это воздействует на сознание тысячи работников, которые возвращаются домой и повторяют поведение, приводит пример эксперт. Анало-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЧЕНКО

Для России характерна технологическая направленность экологических программ, основанная на модернизации существующих технологий с целью снижения влияния производства на окружающую среду

гичные кейсы могут быть у университетов, которые встраивают в обучение курсы экологической ответственности, — и тысячи выпускников выходят в бизнес с измененными ценностями, а также у банков, выдающих кредиты только под проекты, которые могут подтвердить свою экологическую ответственность, или крупных ритейлеров, принимающих продукты поставщиков, прошедших экологический аудит.

ОТ ПОЖЕРТВОВАНИЙ ДО ПЛАВУЧИХ СТАНЦИЙ

Сделать поддержку экологии частью своей маркетинговой стратегии может любой бизнес, уверен господин Сторчевой. «Один из сервисов электронных платежей запустил функцию, с помощью которой клиенты могут направить часть доходов стартапам в области удаления углерода из атмосферы. Другой пример — ресторанный холдинг, который сам поддерживает амурских тигров и предлагает своим клиентам сделать то же самое», — отмечает он.

По мнению госпожи Барсуковой, интересные инициативы в Петербурге представляют сеть пекарен-кондитерских «Буше», которая организовала сообщество эко-осознанных бизнесов, продвигая свои ценности, и импортер вин и крепких алкогольных напитков JOIA, собирающий стеклянные бутылки в барах и ресторанах, которые передали на переработку более 45 тонн мусора.

Среди компаний Северо-Запада России можно выделить группу «ФосАгро», которая внедрила несколько плавучих станций биологической очистки сточных вод на Кировском руднике в Мурманской области, считает господин Боровичев. «Норникель», также присутствующий в регионе, собирает выбросы диоксида серы и использует их для производства серы и гипса. «Это должно не только обеспечить снижение вредных выбросов на производствах, но и сделать его производственный процесс ближе к экономике замкнутого цикла, когда отходы не уничтожаются, а также представляют собой товар», — подчеркивает он.

Снижение количества выбросов — это не просто лозунги, а цели, которые каска-

дируются на все уровни принятия решений в крупных организациях, уверена госпожа Арай. «Северсталь», представленная на европейском севере АО «Воркутауголь» и АО «Карельский окатыш», к 2025 году планирует снизить сброс загрязняющих веществ в составе сточных вод на 12%, сократить отходы на 20%, в выбросы в атмосферу — на 13%, приводит пример эксперт. Среди петербургских компаний она также отмечает пивоваренную компанию «Балтика», которая стимулирует возврат тары на переработку, создавая инфраструктуру для этого, и сеть гипермаркетов «Лента», которая меняет стандарты требований к поставщикам, совместно с Procter & Gamble борется с пластиковыми отходами и возрождает практику приема тар и батареек. Классический пример распространения своей практики на работу с поставщиками — Unilever, подчеркивает госпожа Клементовичус.

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

Запуская экологическую программу, компания стремится управлять рисками, связанными с негативными последствиями своей деятельности, но с другой стороны, она видит в таких подходах новые возможности — возможность снижения затрат, ведь бережное использование ресурсов позволяет снижать издержки и возможность выхода на новые потребительские или продуктовые рынки, считает госпожа Арай.

«Компании понимают, что современные потенциальные инвесторы и акционеры оценивают их по ESG-критериям (экологическое, социальное и корпоративное управление.— **BG**). Цель компании при реализации экологических программ — создать устойчивую и эффективную компанию, которая соответствует ожиданиям всех стейкхолдеров», — добавляет госпожа Клементовичус. Потенциал компаний в российских реалиях остается высоким, и большее внимание организаций к международным стандартам экологического менеджмента позволит ускорить процесс внедрения качественных программ, заключает она. ■