



Global Compact  
Network Russia

ИТОГИ ОПРОСА  
РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ  
О ТЕКУЩЕМ УРОВНЕ  
И ПЕРСПЕКТИВАХ  
ИХ ВОВЛЕЧЕННОСТИ  
В РЕАЛИЗАЦИЮ  
ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ ООН

# Устойчивое развитие. Роль России





**Global Compact**  
Network Russia

# Устойчивое развитие. Роль России



**Руководитель проекта, редактор, введение/резюме**  
**М. ВАШУКОВА**

**Авторы:**

Е. ДОЛГИХ, кандидат экономических наук, генеральный директор ООО «Агентство «Эс Джи Эм»  
В. ЕРЛИЧ, аналитик ООО «Агентство «Эс Джи Эм»

**При участии:**

Г. КОПЫЛОВА, кандидат экономических наук, советник управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства РСПП  
Е. ПЕРЦЕВА, кандидат экономических наук, заместитель директора департамента корпоративного управления и устойчивого развития ФБК Грант Торнтон  
В. ПРОХОДА, кандидат социологических наук, доцент департамента социологии, истории и философии Финансового университета при Правительстве РФ  
М. РОДИОНОВА, кандидат социологических наук, заместитель проректора, доцент департамента социологии, истории и философии Финансового университета при Правительстве РФ  
Н. ЧУКИНА, бакалавр социологии, студентка магистратуры факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ

**Дизайн и верстка** Л. Павлов, Н. Романова  
**Корректор** О. Зорина

© Все права принадлежат Ассоциации  
«Национальная сеть Глобального договора»

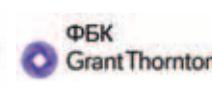
**Москва 2018**

Данное издание – презентация кратких итогов опроса «Устойчивое развитие. Роль России», который представляет российская национальная сеть Глобального договора ООН (ГД ООН). ГД ООН – крупнейшая инициатива ООН в сфере корпоративной ответственности и устойчивого развития, предлагающая бизнесу новые форматы международного целевого сотрудничества и участия в формировании основ устойчивого будущего, призывающая превратить глобальные цели в бизнес-действия и воздействия на рынках по всему миру. Глобальный договор определен Организацией Объединенных Наций в качестве одной из основных площадок по вовлечению бизнеса в достижение Целей устойчивого развития (ЦУР), которые были приняты в 2015 году и являются сегодня самой широкой и структурированной международной повесткой в области устойчивого развития для национальных правительств, бизнеса, некоммерческого сектора и гражданского общества. Для того, чтобы российский бизнес получил свой заметный голос в этой дискуссии и сыграл соответствующую его потенциалу роль в достижении ЦУР, российская национальная сеть ГД ООН совместно с Российским союзом промышленников и предпринимателей разрабатывает программу «Устойчивое развитие. Роль России». Результаты настоящего опроса позволят уточнить и конкретизировать положения и мероприятия программы так, чтобы учесть реальные потребности и пожелания российского бизнеса. Опрос проводился весной-летом 2018 года. В нем приняли участие представляющие основные отрасли экономики 78 российских компаний, в том числе подразделения международных компаний-брендов. Доработанная по итогам анализа результатов опроса программа будет представлена и запущена в 2019 году. Англоязычная версия отчета об итогах опроса размещена на ресурсах ГД ООН и используется на международных площадках инициативы и ее партнеров в разных странах мира для подтверждения вовлеченности российского бизнеса в актуальные процессы в области устойчивого развития, его прогресса по всем направлениям глобальной повестки и готовности наращивать свои компетенции в этой сфере в партнерстве с мировым сообществом.



Опрос проведен Агентством  
«ЭС ДЖИ ЭМ» по заказу  
национальной сети ГД ООН в России

Партнеры



# Содержание

<b>АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ</b> .....	<b>6</b>
Основные исследования и доклады, представленные со времени принятия ЦУР в 2015 г. ....	<b>8</b>
<b>ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ</b> .....	<b>14</b>
<b>РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА</b> .....	<b>18</b>
<b>Характеристики респондентов</b> .....	<b>19</b>
Масштаб и амбиции .....	<b>19</b>
Отраслевая структура.....	<b>20</b>
Численность персонала .....	<b>22</b>
Региональный охват.....	<b>23</b>
<b>Корпоративная система управления вопросами устойчивого развития</b> .....	<b>24</b>
<b>Информированность компаний о ЦУР</b> .....	<b>27</b>
Основные источники информации о ЦУР .....	<b>27</b>
Роль мероприятий по тематике устойчивого развития .....	<b>28</b>
Степень осведомленности сотрудников о ЦУР .....	<b>31</b>

<b>Интеграция ЦУР в бизнес-стратегии</b> .....	<b>36</b>
Мотивация .....	<b>36</b>
Приоритеты в сфере достижения ЦУР .....	<b>39</b>
Отражение ЦУР в бизнес-практике (бизнес-моделях) .....	<b>43</b>
ЦУР в нефинансовых отчетах .....	<b>45</b>
<b>Меры и барьеры для достижения ЦУР</b> .....	<b>46</b>
Меры и инструменты .....	<b>46</b>
Роль заинтересованных сторон в продвижении ЦУР .....	<b>48</b>
<b>Глобальный договор. Запросы и ожидания бизнеса</b> .....	<b>50</b>
Информированность о ГД ООН .....	<b>50</b>
Преимущества участия в ГД ООН .....	<b>51</b>
Направления сотрудничества с национальной сетью ГД ООН в России.....	<b>54</b>
Востребованные форматы содействия в достижении ЦУР .....	<b>58</b>
<b>РЕЗЮМЕ</b> .....	<b>60</b>
<b>Список компаний-респондентов</b> .....	<b>66</b>

# АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

**МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА** вступила на путь системной трансформации, вызванной актуальностью глобальных вызовов, в связи с чем все большее значение приобретает концепция устойчивого развития. В ее контексте идет формирование новых подходов бизнеса к управлению ресурсами, рисками и всеми видами своего воздействия на экономику, общество и экологию. Утверждение 17 Целей устойчивого развития ООН до 2030 года подразумевает еще более последовательную и всеобъемлющую интеграцию принципов устойчивого развития в бизнес-деятельность. Глобальные цели развития, объединенные в единую повестку, – это и стратегический драйвер роста компаний, и вызов, требующий нового уровня ответственности, и возможности, предоставляющие факторы укрепления репутации, основанной на единых для всех стейкхолдеров ценностях. Это толчок к внедрению информационных, управленческих, технологических и иных инноваций, расширению рынков и укреплению своих позиций в долгосрочной перспективе, к разработке новых востребованных современным обществом продуктов и услуг.

**В РОССИИ** также постепенно формируется национальная стратегия, объединяющая цели по достижению экономической эффективности, социальной справедливости и экологической безопасности. Концепция устойчивого развития в России начинает оформляться институционально через соответствующие изменения в законодательной, потребительской, образовательной, партнерской и коммуникационной сферах, а также практически – через обновление бизнес-стратегий, включающих социальное и экологическое измерение прибыли, пересмотр основ корпоративного управления и расширение сферы ответственности бизнеса.

**ПЕРЕДОВОЙ РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС** не только меняется, внедряя и распространяя эффективные практики в сфере корпоративной эколого-социальной ответственности, системной благотворительности, корпоративного волонтерства и др., но и принимает активное участие в формировании новых подходов к миссии, роли и задачам бизнеса и его партнерств в контексте устойчивого развития, ценности и принципы которого все чаще становятся долгосрочной, в том числе инвестиционной, стратегией бизнеса.

**В постсоветской России** проводниками темы и практик в области корпоративной устойчивости какое-то время были в основном подразделения глобальных компаний-брендов. Сегодня разделение на трендсеттеров и неофитов уже не очень актуально. Российские компании – лидеры бизнеса имеют собственные полноценные портфели кейсов и вовлечены в единый процесс внедрения элементов устойчивого развития в свою деятельность.

## PwC и KPMG | 2015

Международные и российские компании, прежде всего крупные, начинают декларировать свою приверженность ЦУР.

## Deloitte | 2017

Большинство зарубежных компаний считают, что они уже вносят вклад в развитие общества, экономики и охраны окружающей среды в рамках своей деятельности.

## РСПП | 2017

Российские компании понимают и признают роль бизнеса в достижении ЦУР. Крупные компании-лидеры ответственной деловой практики соотносят направления деятельности и ключевые цели с ЦУР, включают соответствующую информацию в свою публичную отчетность.

## Corporate Citizenship | 2017

В настоящий момент около половины компаний используют ЦУР при пересмотре или разработке новых целевых показателей в своих бизнес-стратегиях.

## Effie Russia и КИМГ | 2018

Многие крупные бренды начали интегрировать ЦУР в бизнес-стратегию, сделав их естественным продолжением своей деятельности в области устойчивого развития. Во многом это стало результатом роста ожиданий со стороны заинтересованных сторон, в том числе повышения осведомленности и ответственности потребителей.

## Основные исследования и доклады, представленные со времени принятия ЦУР в 2015 г.

	Исследование Наименование, организаторы, ссылка	Предмет исследования	Объект исследования (респонденты)
1	<b>Corporate Citizenship. From my world to our world, 2015</b> <a href="https://corporate-citizenship.com/our-insights/from-my-world-to-our-world-what-the-sdgs-mean-for-business/">https://corporate-citizenship.com/our-insights/from-my-world-to-our-world-what-the-sdgs-mean-for-business/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка степени осведомленности о ЦУР</li> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	200 респондентов
2	<b>Make it your business: Engaging with the Sustainable Development Goals, PwC, 2015</b> <a href="https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/SDG%20Research_FINAL.pdf">https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/SDG%20Research_FINAL.pdf</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	Опрос около 1000 компаний
3	<b>SDG Industry Matrix, KPMG / UN Global Compact, 2015</b> <a href="https://www.unglobalcompact.org/library/3111">https://www.unglobalcompact.org/library/3111</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	Отраслевые примеры и идеи для корпоративных действий, связанных с ЦУР
4	<b>The UN Global Compact-Accenture Strategy CEO Study 2016</b> <a href="https://www.accenture.com/us-en/insight-un-global-compact-ceo-study">https://www.accenture.com/us-en/insight-un-global-compact-ceo-study</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	Опрос свыше 1000 директоров более чем в 100 странах
5	<b>Corporate Citizenship. Advancing the Sustainable Development Goals: Business action &amp; Millennials' views, 2016</b> <a href="https://corporate-citizenship.com/our-insights/advancing-sustainable-development-goals-business-action-millennials-views/">https://corporate-citizenship.com/our-insights/advancing-sustainable-development-goals-business-action-millennials-views/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка степени осведомленности о ЦУР</li> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	250 респондентов (44% из них – бизнес-сообщество) + 175 респондентов-экспертов (57% из них – бизнес-сообщество)
6	<b>State of Responsible Business Report 2016, Ethical Corporation, 2016</b> <a href="http://events.ethicalcorp.com/reports/SORB/">http://events.ethicalcorp.com/reports/SORB/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	Опрос более 2000 респондентов – участников Ethical Corporation
7	<b>United Nations Global Compact. Progress Report Business Solutions to Sustainable Development, 2017</b> <a href="https://www.unglobalcompact.org/library/5431">https://www.unglobalcompact.org/library/5431</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции КСО</li> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	Участники ГД ООН (более 1950)

	Исследование Наименование, организаторы, ссылка	Предмет исследования	Объект исследования (респонденты)
8	<b>A Globescan / Sustainability Survey. Evaluating Progress towards the Sustainable Development Goals, 2017</b> <a href="https://globescan.com/evaluating-progress-towards-the-sustainable-development-goals/">https://globescan.com/evaluating-progress-towards-the-sustainable-development-goals/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Степень прогресса реализации ЦУР</li> <li>Ответственность за реализацию ЦУР</li> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	74 страны, 511 респондентов (в том числе, 104 – бизнес-сектор; 90 – НКО, 32 – органы власти)
9	<b>Corporate Citizenship. Accelerating Progress on the Global Goals, 2017</b> <a href="https://corporate-citizenship.com/our-insights/accelerating-corporate-leadership-global-goals/">https://corporate-citizenship.com/our-insights/accelerating-corporate-leadership-global-goals/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка степени осведомленности о ЦУР</li> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	42 страны, 160 респондентов (в том числе: 56% – бизнес-сообщество, 20% – консалтинговые компании, 11% – НКО, 1% – органы власти, 12% – прочие)
10	<b>Business Reporting on the SDG: An analysis of the Goals and Targets, GRI / UN Global Compact, 2017</b> <a href="https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI_UNG_C_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf">https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI_UNG_C_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	Содержит примеры действий и список существенных аспектов, которые могут быть использованы в отчетности
11	<b>SDG Reporting Challenge 2017 Exploring business communication on the global goals, PwC, 2017</b> <a href="https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/sustainable-development-goals/sdg-reporting-challenge-2017.html">https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/sustainable-development-goals/sdg-reporting-challenge-2017.html</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	Анализ отчетов 470 компаний
12	<b>Основная цель развития до 2030 г.: успешный бизнес и стабильное будущее. Взаимосвязь устойчивого развития и долгосрочного коммерческого успеха, Deloitte, 2017</b> <a href="https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/risk/articles/2017/sustainable-development-goals.html">https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/risk/articles/2017/sustainable-development-goals.html</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	Анализ первых 150 компаний в списке FTSE-350
13	<b>Российский бизнес и Цели устойчивого развития, РСПП, 2018</b> <a href="http://www.rsplipetsk.ru/news/curent-1761.html">http://www.rsplipetsk.ru/news/curent-1761.html</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение приоритетных ЦУР</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ отчетов 66 компаний,</li> <li>Опрос 200 российских компаний (членов РСПП) по теме устойчивого развития</li> </ul>
14	<b>Совместное исследование Effie Russia и КПМГ в рамках программы Effie и ООН по продвижению 17 Целей устойчивого развития ООН в России, 2018</b> <a href="https://home.kpmg.com/ru/ru/home/insights/2018/09/effie-russia-and-kpmg-joint-study-on-sustainable-development-goals-in-russia.html">https://home.kpmg.com/ru/ru/home/insights/2018/09/effie-russia-and-kpmg-joint-study-on-sustainable-development-goals-in-russia.html</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подходы к интеграции ЦУР</li> </ul>	Анализ анкет 39 компаний

Многие глобальные игроки пока не видят прямой связи между достижением Целей устойчивого развития и коммерческим успехом бизнеса. Компании связывают достижение ЦУР, в первую очередь, с потребностями общества и репутацией компании.

СРЕДИ НАИБОЛЕЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦУР ДЛЯ БИЗНЕСА ЧАЩЕ ВСЕГО НАЗЫВАЮТ:



ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА СЧИТАЮТ, ЧТО ОКАЗЫВАЮТ НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМОЕ ВЛИЯНИЕ НА ЦУР:

/По версии PwC/

- Цель 3.** Здоровье и благосостояние
- Цель 8.** Достойная работа и экономический рост
- Цель 9.** Индустрия, инновации и инфраструктура
- Цель 12.** Устойчивые модели потребления и производства

/По версии ГД ООН/

- Цель 8.** Достойная работа и экономический рост
- Цель 9.** Индустрия, инновации и инфраструктура
- Цель 12.** Устойчивые модели потребления и производства

/По версии Globescan/

- Цель 9.** Индустрия, инновации и инфраструктура
- Цель 11.** Устойчивые города и населенные пункты
- Цель 12.** Устойчивые модели потребления и производства
- Цель 13.** Борьба с изменением климата

НАИМЕНЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ЦУР СРЕДИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА:

/По версии ГД ООН/

- Цель 1.** Ликвидация нищеты
- Цель 2.** Ликвидация голода
- Цель 14.** Сохранение морских экосистем
- Цель 16.** Мир, правосудие и эффективные институты
- Цель 15.** Сохранение экосистем суши

Как правило, приоритеты компаний в достижении ЦУР соответствуют задачам и потребностям самого бизнеса.



Почти половина респондентов исследования Globescan указали, что усилий, предпринимаемых сегодня бизнесом, недостаточно, и оценили результативность вклада частного сектора в достижение ЦУР как низкую.



При этом, по версии UN Global Compact-Accenture Strategy, более 80% лидеров бизнеса считают, что решающую роль в достижении ЦУР играют межотраслевые взаимодействия и коалиции, а также тесное взаимодействие с национальными правительствами в рамках реализации планов по ЦУР.

Corporate Citizenship подтверждает: для достижения ЦУР около 2/3 компаний реализуют совместные проекты с партнерами.

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ УЧАСТИЯ БИЗНЕСА В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР – ЭТО НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



МЕРЫ, РЕАЛИЗУЕМЫЕ ИЛИ ПЛАНИРУЕМЫЕ К РЕАЛИЗАЦИИ КОМПАНИЯМИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦУР

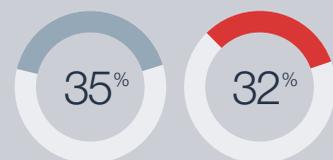


/По версии Globescan/

Большинство российских компаний пока не связывают свои стратегические цели с ЦУР и не используют их при разработке целевых показателей.

Более активно внедряют в свою деятельность ключевые показатели эффективности в области ЦУР отдельные крупные российские компании-лидеры, регулярно раскрывающие нефинансовую отчетность.

#### ПО ВЕРСИИ РСПП НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА НЕФИНАНСОВЫХ ОТЧЕТОВ



сделали заявление о ЦУР в отчетах

выделили конкретные ЦУР, по достижению которых уже ведется работа

#### ПО ВЕРСИИ РСПП В ФОКУСЕ ПРИОРИТЕТНОГО ВНИМАНИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

- Цель 3.** Здоровье и благосостояние
- Цель 4.** Качественное образование
- Цель 8.** Достойная работа и экономический рост
- Цель 12.** Обеспечение устойчивых моделей потребления и производства
- Цель 13.** Борьба с изменением климата
- Цель 15.** Сохранение экосистем суши

#### САМАЯ НИЗКАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

- Цель 2.** Борьба с голодом
- Цель 10.** Уменьшение неравенства внутри стран и между ними

Распределение ЦУР по степени приоритетности в отчетах российских компаний в целом коррелируется с результатами зарубежных исследований. Возможно, по причине относительно небольшой по размеру выборки, в пятерку самых приоритетных не вошли такие ключевые для зарубежных компаний цели, как «Устойчивые города и населенные пункты» (ЦУР 11), а также «Индустриализация, инновации и инфраструктура» (ЦУР 9).

#### ПО ВЕРСИИ РСПП НА ОСНОВЕ ПРОВЕДЕННОГО ОПРОСА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ / 2017



отметили свою осведомленность о ЦУР



установили конкретные индикаторы – ключевые показатели эффективности (КПЭ) в соответствии с задачами в области устойчивого развития



#### САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ



в сфере повышения квалификации сотрудников



в сфере промышленной безопасности и охраны труда



в сфере здоровья работников



в сфере экологической безопасности



в сфере укрепления трудового потенциала

#### ГЛАВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, КОТОРЫЕ ПОМОГАЮТ В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР

Крупные российские компании начинают учитывать Цели устойчивого развития при разработке своих стратегий, но технологии мониторинга достижения ЦУР на уровне компаний проработаны недостаточно.

2/3

внедрение инноваций и новых энерго- и ресурсосберегающих технологий

1/3

снижение негативного экологического воздействия и влияния на изменение климата

>1/2

устойчивый экономический рост / рост занятости / ответственное потребление и производство

<1/2

поддержка достойного образа жизни работников и членов их семей / вклад в устойчивое развитие территорий присутствия / улучшение социального климата / ускорение экономического роста

# Параметры исследования

## ЦЕЛЬ

Исследование общего уровня понимания и оценки российскими компаниями Целей устойчивого развития (ЦУР) как фактора трансформации бизнес-стратегий, а также выявление приоритетов бизнеса в сфере содействия достижению ЦУР на национальном и глобальном уровнях.

## ЗАДАЧИ

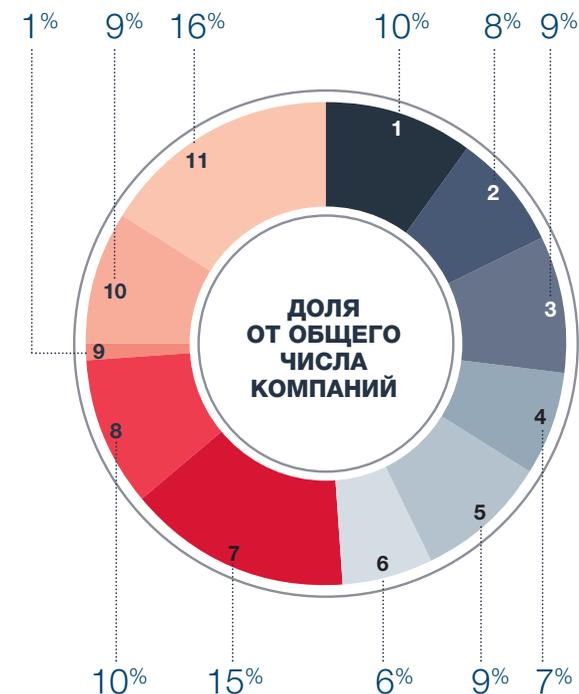
- Выявление текущего уровня и приоритетов вовлеченности бизнес-сообщества в достижение ЦУР.
- Выявление запросов и ожиданий от международных инициатив в сфере устойчивого развития, в частности от Глобального договора ООН, в сфере содействия российскому бизнесу в достижении ЦУР.
- Выработка предложений по развитию необходимых для бизнеса форматов участия в достижении ЦУР, включая типы мероприятий и программ национальной сети ГД ООН по достижению ЦУР.

## Выборка

Выборка компаний была сформирована на основе результатов рейтинга крупнейших по объему реализации компаний (RAEX-600). В рамках исследования отраслевые группы были укрупнены до 11 категорий.



## Группировка и распределение компаний генеральной совокупности по отраслевой принадлежности



Основные критерии для отбора – размер по объему реализации продукции, отраслевая и региональная принадлежность.

Количество компаний

39

**/1/** Группы в списке RAEX-600  
Банки  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Финансовый сектор

32

**/2/** Группы в списке RAEX-600  
Нефтяная и нефтегазовая промышленность, угольная промышленность  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Нефтегазовые и угледобывающие компании

34

**/3/** Группы в списке RAEX-600  
Черная металлургия, цветная металлургия, промышленность драгоценных металлов и алмазов  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Металлургические компании

27

**/4/** Группы в списке RAEX-600  
Химическая и нефтехимическая промышленность, парфюмерия и косметика  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Химическая и нефтехимическая промышленность

35

**/5/** Группы в списке RAEX-600  
Промышленность строительных материалов, строительство, инжиниринг, ЖКХ, сервисные компании  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Строительство и ЖКХ

24

**/6/** Группы в списке RAEX-600  
Телекоммуникации и связь, информационные технологии  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Телекоммуникации и связь

Количество компаний

56

**/7/** Группы в списке RAEX-600  
Транспорт, машиностроение  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Транспорт и машиностроение

37

**/8/** Группы в списке RAEX-600  
Пищевая промышленность, табачная промышленность, агропромышленный комплекс  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Пищевая промышленность

34

**/9/** Группы в списке RAEX-600  
Электроэнергетика, энергосбытовая деятельность  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Электроэнергетика и атомная отрасль

4

**/10/** Группы в списке RAEX-600  
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность

62

**/11/** Группы в списке RAEX-600  
Розничная торговля, общественное питание  
Отраслевые группы в рамках исследования  
Розничная торговля

-216

**Исключены:**  
Оптовая торговля, фармацевтика, страхование, полиграфическая промышленность, легкая промышленность, общественное питание, агропромышленный комплекс, инжиниринг и др.

## Методология сбора данных

Основной метод сбора данных – анкетный онлайн-опрос, размещенный на платформе Survey Monkey. Приглашение принять участие в исследовании и ссылка на online-опрос (платформа Survey Monkey) были размещены на веб-сайтах национальной сети ГД ООН, Агентства «ЭС ДЖИ ЭМ» и партнеров исследования – РСПП, АККИГ, ФБК Грант Торнтон и др. Также компании были

приглашены к участию в опросе посредством сплошной рассылки писем.

Анкета была составлена на основе анализа зарубежных исследований, проведенных в 2015-2018 гг. по тематике ЦУР с учетом особенностей формирования подходов к управлению устойчивым развитием и корпоративной социальной ответственностью в России.

## Методология расчетов

Все расчеты производились с помощью статистической программы IBM SPSS Statistics. Совместное распределение номинальных и порядковых переменных исследовалось с помощью таблиц сопряженности (кросстабуляций) с выводом частот и процентов. В процессе анализа таблиц, при соблюдении необходимых условий, применялся критерий 2 Пирсона. Метод позволяет

проверить взаимную независимость двух переменных таблицы сопряженности и оценить статистическую значимость различий. Для изучения взаимосвязи порядковых и интервальных переменных рассчитывался ранговый коэффициент корреляции Спирмена (r). Основным результатом проверки статистической гипотезы – обнаружение статистической значимости (p).

Вопросы, описанные на страницах 27-32 и 36-49, задавались только тем компаниям-респондентам (69), которые осведомлены хотя бы об одной из инициатив в области устойчивого развития.

ВОПРОСЫ АНКЕТЫ БЫЛИ СТРУКТУРИРОВАНЫ В 5 БЛОКОВ (ВСЕГО 26 ВОПРОСОВ):

- 1** Профиль компании-респондента
- 2** Степень информированности/осведомленности сотрудников компании о ЦУР
- 3** Степень интеграции ЦУР в бизнес-стратегию компании
- 4** Приоритеты в сфере содействия достижению ЦУР
- 5** Запросы и ожидания по содействию российскому бизнесу в достижении ЦУР

Многие компании отказались от заполнения анкеты, возможно, в связи с тем, что ЦУР являются новой темой для российского бизнеса. Анкеты заполнили

**78** из более чем **400** компаний, приглашенных к участию



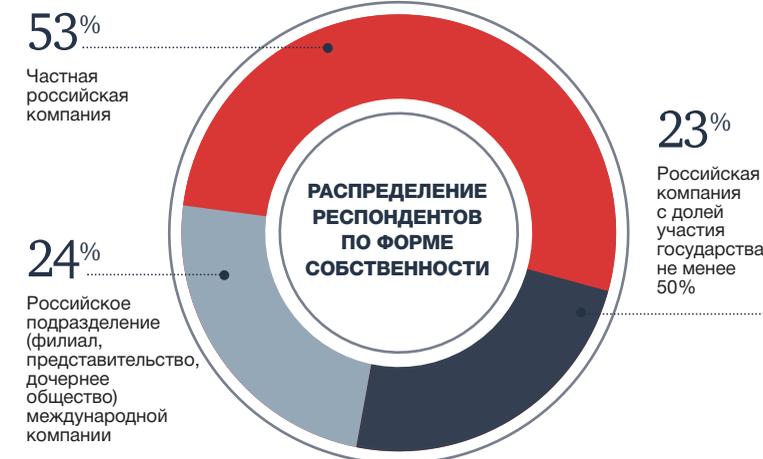
# Результаты опроса

## Характеристики респондентов

### Масштаб и амбиции

Результаты опроса во многом определило участие в нем большого количества компаний – лидеров российского бизнеса и подразделений крупных международных компаний – глобальных брендов.

Основная доля компаний-респондентов являются частными, примерно четвертая их часть – государственными. На долю российских подразделений международных компаний приходится четверть от всех респондентов.



Основная доля компаний – представители крупного бизнеса, акции которых торгуются на российских и международных биржах



Каждая третья компания-респондент входит в список системообразующих предприятий России



Около четверти респондентов – лидеры Индексов прозрачности и открытости, которые составляет Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)



Треть опрошенных – члены РСПП



21% компаний-респондентов – члены российской национальной сети Глобального договора ООН



Около 10% – российские подразделения международных компаний-участников Глобального договора ООН

## Отраслевая структура

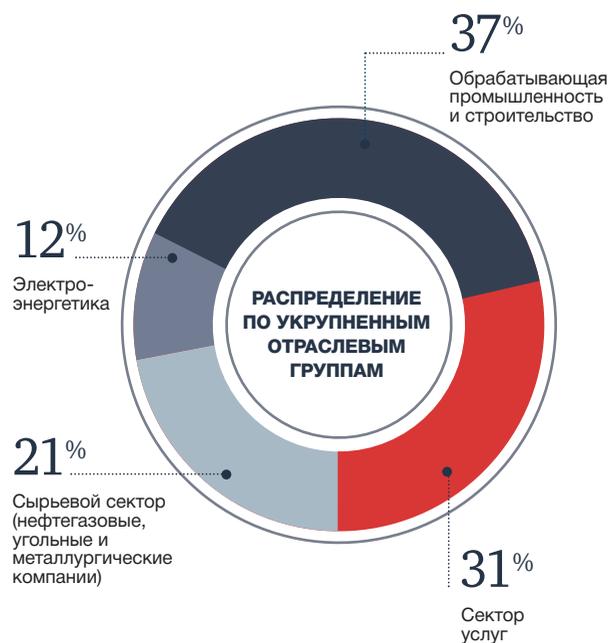
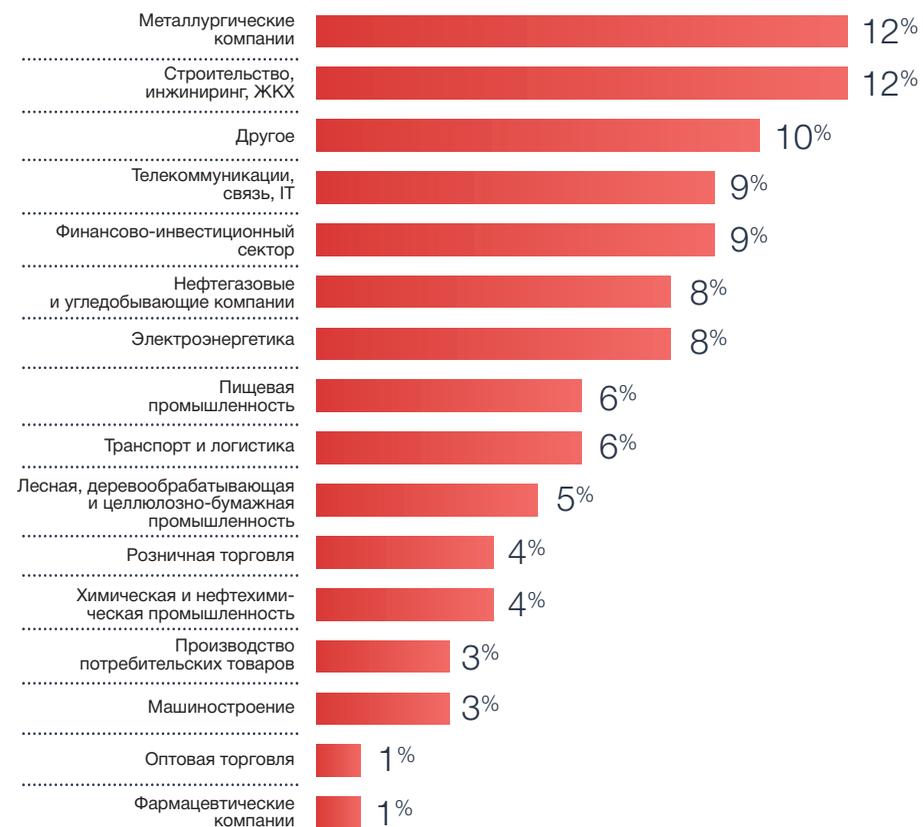
В исследовании приняли участие компании, представляющие 11 отраслевых групп, определенных при построении выборки. Среди респондентов преобладают производственные компании: представители топливно-энергетического сектора и металлургии. Широко

представлены также финансовый и телекоммуникационный сектора, строительная отрасль, пищевая промышленность и производство потребительских товаров. В меньшем объеме – торговые, транспортные, химические и лесоперерабатывающие компании.

Учитывая относительно небольшой размер выборки (менее 100 респондентов), для анализа результатов исследования все компании – участники опроса были разделены на четыре группы:

-  Сырьевой сектор (топливно-энергетические и металлургические компании)
-  Обрабатывающая промышленность и строительство
-  Электроэнергетика
-  Сектор услуг (торговля, транспорт, телекоммуникации, финансово-инвестиционный сектор)

### ОТРАСЛЕВАЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ РЕСПОНДЕНТОВ



### Отраслевая структура

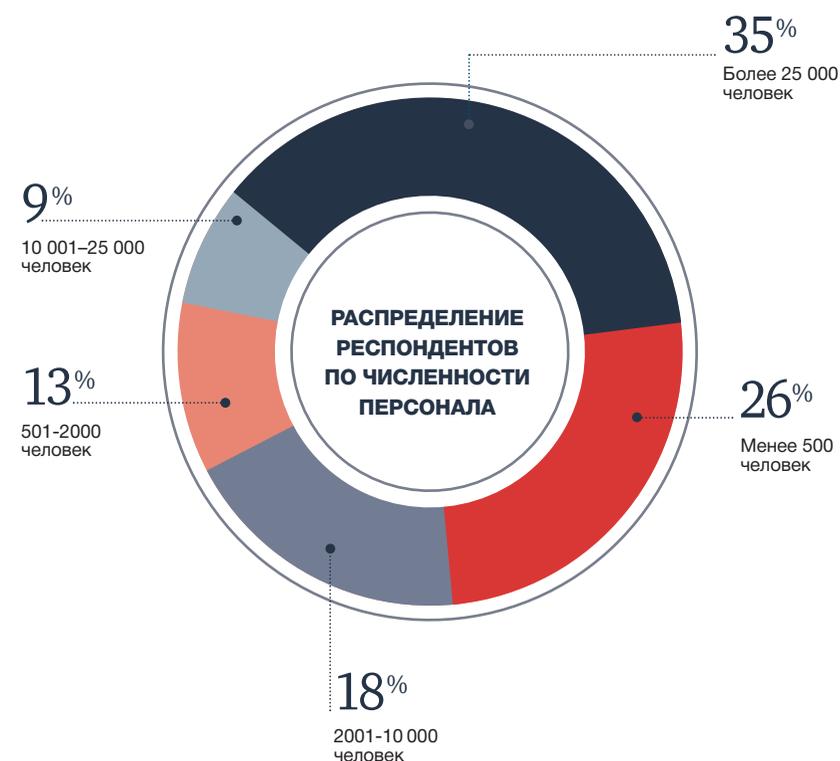
компаний-участников в целом совпадает с отраслевым распределением российских компаний, представленных в Индексах прозрачности и открытости, которые строит РСРП на основе анализа нефинансовой отчетности российских компаний.



## Численность персонала

Самая многочисленная категория участников опроса (чуть менее половины) – крупнейшие российские компании с численностью работников более 10 000 человек.

Более трети респондентов выборки не считают менее 2 тысяч работников. Четверть – работодатели для менее чем 500 человек (их можно отнести к малому и среднему бизнесу).



Наименьшую категорию участников опроса составили крупные компании с численностью персонала:

**2000-10 000**  
сотрудников

Для дальнейшего анализа были выделены три группы компаний-респондентов по численности сотрудников, получившие условные названия:

«КРУПНЕЙШИЕ»

> 10 000



«КРУПНЫЕ»

2000-10 000



«СРЕДНИЕ»

< 2000



К средним компаниям были отнесены менее крупные по численности персонала участники опроса. Градация отличается от официальных нормативов Министерства труда Российской Федерации.

## Региональный охват

По региональному охвату компании были условно поделены на три категории.

«ТЕРРИТОРИАЛЬНО РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ»

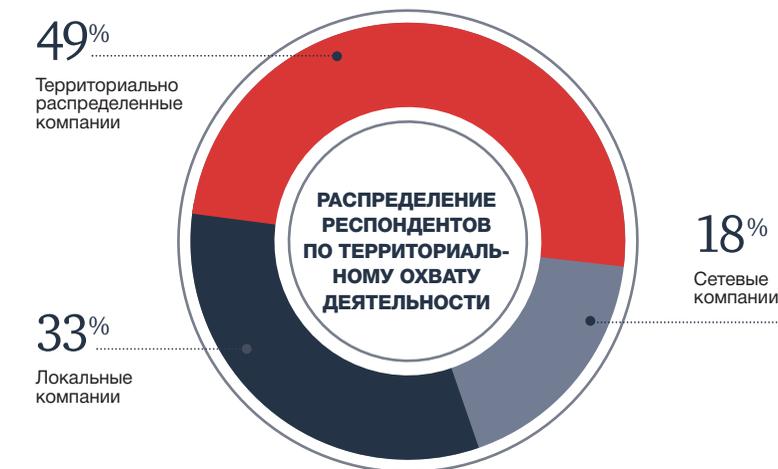
компании имеют большие подразделения в нескольких регионах. Самая многочисленная категория компаний-респондентов (около половины). В основном в нее входят производственные компании сырьевого сектора и обрабатывающей промышленности.

«ЛОКАЛЬНЫЕ»

компании не имеют региональных подразделений и осуществляют основную деятельность в одном регионе (как правило, Москве или Санкт-Петербурге). К данной категории были отнесены около трети компаний-респондентов.

«СЕТЕВЫЕ»

компании имеют широкую сеть региональных филиалов. В первую очередь, это компании в сфере услуг: ритейлеры, транспортные, финансовые, телекоммуникационные.



# Корпоративная система управления вопросами устойчивого развития

Важным условием построения эффективной системы корпоративного управления в отдельно взятой компании является декомпозиция Целей устойчивого развития от разработки и утверждения стратегии устойчивого развития до эффективного управления бизнес-процессами и корпоративными системами менеджмента в соответствии с международными стандартами. Система корпоративного управления, включая риск-менеджмент, определяет в том числе распределение соответствующих полномочий и компетенций между различными подразделениями внутри нее.

Следует иметь в виду ряд изменений системы корпоративного управления в России на современном этапе, которые свидетельствуют о заметном росте интереса руководителей крупного бизнеса к определению стратегического характера темы и вопросов устойчивого развития. За последние десять лет в российских компаниях произошли существенные изменения в структуре подразделений, которые отвечают за вопросы устойчивого развития, об этом, в частности, свидетельствуют и результаты настоящего исследования.

-  Все основные субъекты корпоративного управления компаний-респондентов в той или иной степени участвуют в разработке и принятии решений по внедрению принципов устойчивого развития.
-  В свою очередь, оперативные решения в области устойчивого развития возлагаются преимущественно на конкретные функциональные подразделения, которые определяют организационный характер взаимодействия внутри компании в этой сфере.
-  Более чем в половине компаний-респондентов за широкий круг вопросов в области устойчивого развития отвечает представитель ее топ-менеджмента.
-  Примерно в половине компаний-респондентов есть менеджеры, в чей функционал включена ответственность за вопросы устойчивого развития в компании в целом.
-  Более чем в четверти компаний-респондентов существует самостоятельное подразделение по вопросам устойчивого развития.



В соответствии с результатами «Доклада о социальных инвестициях в России – 2008», в российских компаниях не существовало самостоятельных подразделений, курирующих вопросы корпоративной социальной ответственности и (или) устойчивого развития, а управления (департаменты), отвечающие за реализацию социальных и экологических проектов, как правило, не имели полномочий по централизованному управлению всем «портфелем» корпоративной социальной ответственности.



Более половины компаний указали, что по состоянию на 2018 год за широкий круг вопросов в области устойчивого развития отвечает представитель топ-менеджмента компании (как правило, один из вице-президентов или членов совета директоров / департаменты), отвечающие за реализацию социальных и экологических проектов, как правило, не имели полномочий по централизованному управлению всем «портфелем» корпоративной социальной ответственности.



По данным UN Global Compact Progress Report за 2017 год, среди топ-менеджеров компаний из 163 стран мира, принявших участие в исследовании, около 70% вовлечены в развитие и оценку политики и стратегий по достижению устойчивого развития. Результаты этого же исследования свидетельствуют о росте стратегической важности проблемы устойчивого развития для многих международных компаний, что подтверждает, например, увеличение числа вовлеченных в тематику представителей Совета директоров (на 28% с 2015 по 2017 гг.).

Почти у половины респондентов вопросами устойчивого развития сегодня занимаются подразделения, ответственные за сферу экологии и охраны окружающей среды.



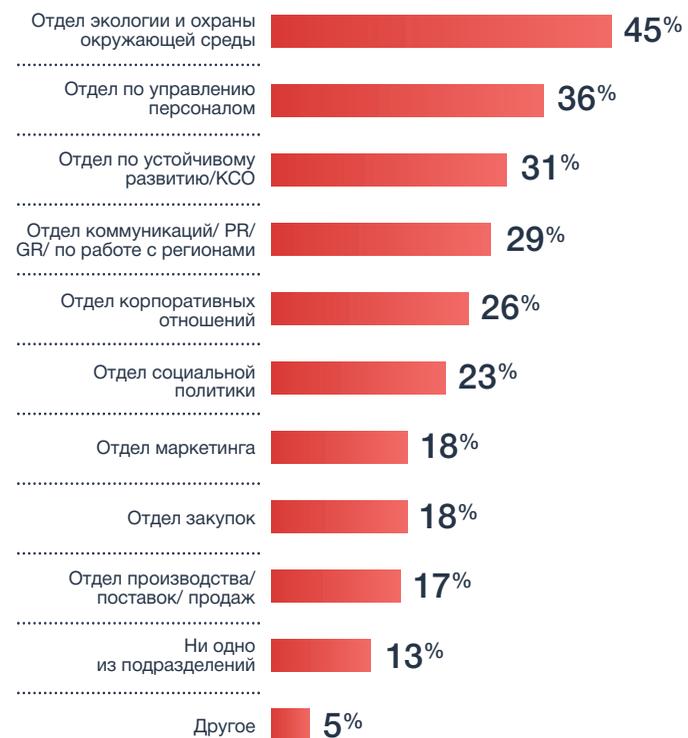
Согласно «Индексу социальных инвестиций», в 2008 году при отсутствии самостоятельных подразделений по вопросам корпоративной социальной ответственности в большинстве крупных российских компаний ключевыми проводниками темы устойчивого развития выступали департаменты по управлению персоналом и по связям с общественностью. По данным же настоящего опроса в 2018 году роль этих подразделений в продвижении темы устойчивого развития снизилась, одновременно с этим выросла роль подразделений, отвечающих за взаимоотношения с органами власти и инвесторами. Другой важной новой тенденцией стала активная интеграция вопросов устойчивого развития в деятельность основных функциональных служб, связанных с маркетингом и цепочками поставок. Примерно каждая пятая из опрошенных компаний отметила, что соответствующие подразделения также занимаются вопросами устойчивого развития, что косвенно иллюстрирует важность выстраивания ответственных отношений с конкретными заинтересованными сторонами в рамках цепочек поставок.



– относительно небольшая доля компаний, в которых ни одно из подразделений не занимается вопросами устойчивого развития. В основном, такая ситуация характерна для средних компаний с численностью персонала менее

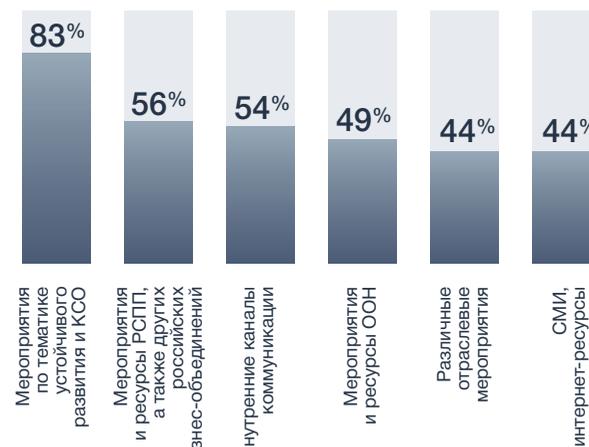
**500**  
человек

**ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ЗА ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**



# Информированность компаний о ЦУР

## Основные источники информации о ЦУР

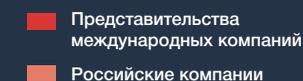


Компании, персонал которых, по мнению самих же респондентов, хорошо информирован о ЦУР, вдвое чаще остальных указывают в качестве основных источников информации о ЦУР:

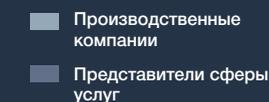
В компаниях, которые характеризуются низким уровнем осведомленности персонала, значимость этих источников в три раза ниже и составляет в обоих случаях:



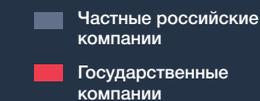
Представительства международных компаний для получения информации о ЦУР гораздо чаще, чем российские компании, используют внутренние каналы коммуникации.



Производственные компании используют этот источник информации в 2,5 раза чаще, по сравнению с представителями сферы услуг.



Мероприятия по тематике устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности являются более важным источником информации для частных российских компаний, чем для государственных.



## Ресурсы РСПП

и других российских бизнес-объединений используют, в первую очередь, наиболее крупные компании-респонденты, две трети из которых являются непосредственными участниками этих объединений.

**Компании,** имеющие предприятия/подразделения в разных регионах, существенно чаще «локальных» компаний указывают, что получают информацию о ЦУР в рамках различных отраслевых мероприятий.

## Роль мероприятий по тематике устойчивого развития

Тематические форумы, конференции, круглые столы, экспертные обсуждения и т.п. – важнейшие для большинства респондентов форматы и возможности для взаимодействия различных заинтересованных сторон. Более половины компаний участвуют в подобных мероприятиях несколько раз в год.

### АКТИВНОСТЬ УЧАСТИЯ В ТЕМАТИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ СВЯЗАНА С ТАКИМИ ФАКТОРАМИ, КАК:

- информированность персонала компании о ЦУР;
- наличие топ-менеджера, курирующего вопросы устойчивого развития;
- степень интеграции ЦУР в бизнес-стратегию компании, в том числе наличие в терминологии понятия «стратегия устойчивого развития»;
- наличие утвержденной политики/стратегии по корпоративной социальной ответственности, связанной с ЦУР.

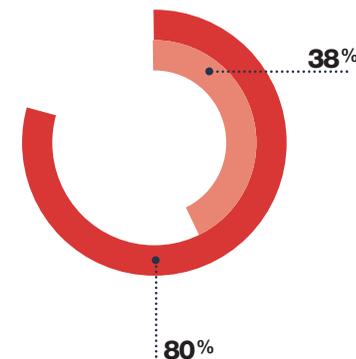
**Деятельность ГД ООН** более известна и понятна компаниям, активно участвующим в различных мероприятиях по тематике устойчивого развития.



компаний-респондентов никогда не принимали участия в таких обсуждениях

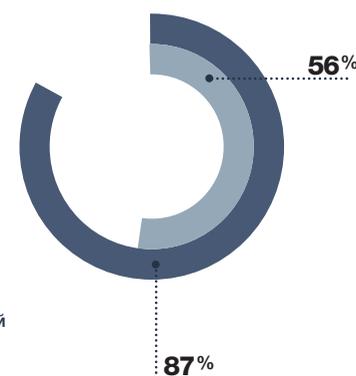
Компании, где есть профильный топ-менеджер, принимают участие в тематических мероприятиях несколько раз в год почти вдвое чаще остальных компаний.

- Компании с профильным топ-менеджером
- Компании без профильного топ-менеджера



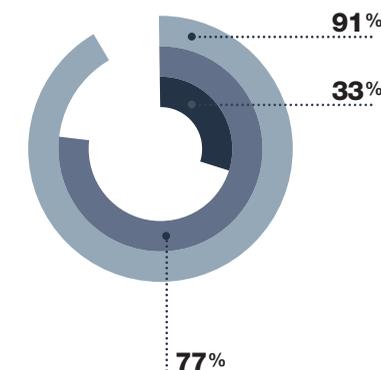
Представители подразделений международных компаний, как правило, активнее, по сравнению с российскими, принимают участие в конференциях и круглых столах по профильной тематике.

- Представители подразделений международных компаний
- Российские компании



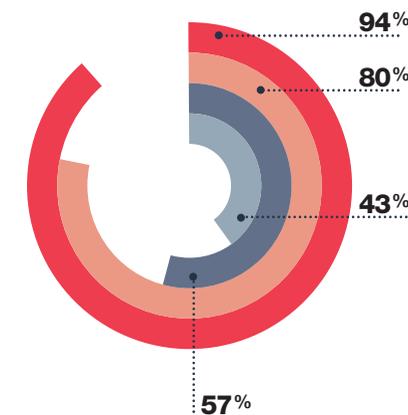
Закономерно, что в различных тематических мероприятиях несколько раз в год чаще участвуют наиболее крупные по численности персонала организации.

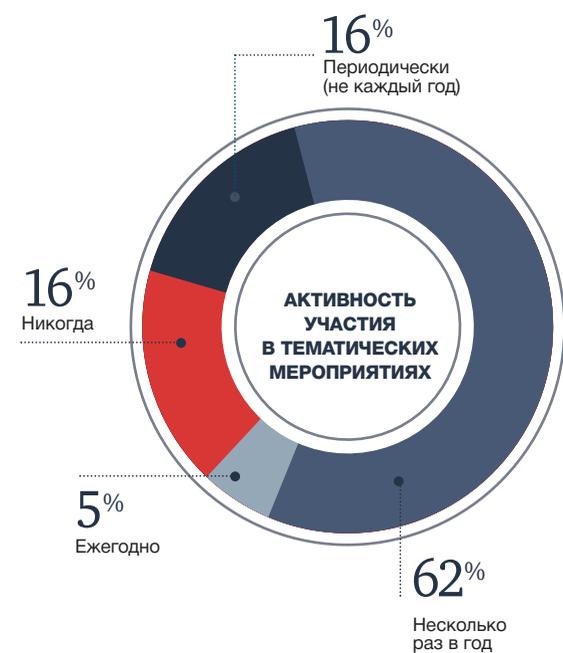
- «Крупные» компании
- «Крупнейшие» компании
- «Средние» компании



Компании добывающей и металлургической промышленности, а также энергетической отрасли принимают участие в подобных мероприятиях гораздо чаще, по сравнению с представителями других отраслей. Ниже активность представителей сферы услуг, а также обрабатывающей промышленности.

- Добывающие и металлургические компании
- Энергетические компании
- Обрабатывающая промышленность
- Сфера услуг





#### ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ НЕУЧАСТИЯ В ПУБЛИЧНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ДИСКУССИЯХ:

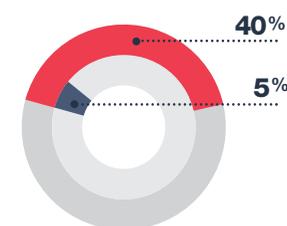


В единичных случаях респонденты также указали на организационные моменты, которые препятствуют участию: не устраивает формат обсуждения, его результаты (4%), неудобные площадки (города) проведения мероприятия (9%) и др.

**Неосведомленность о мероприятиях по тематике устойчивого развития** напрямую связана с наличием или отсутствием в компании профильных специалистов. Все организации (100%), где нет профильных специалистов, в качестве основной причины указали на отсутствие информации по данному вопросу.

**Компании, работающие в разных регионах,** более активно участвуют в мероприятиях по тематике корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, чем «локальные» компании.

## Степень осведомленности сотрудников о ЦУР



В тех компаниях, где есть топ-менеджер, который курирует вопросы устойчивого развития, о ЦУР чаще проинформированы менеджеры среднего звена/руководители подразделений, по сравнению с компаниями, где нет такого топ-менеджера.

■ Есть топ-менеджер, курирующий вопросы устойчивого развития  
■ Нет топ-менеджера, курирующего вопросы устойчивого развития

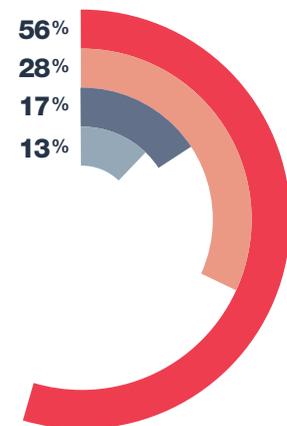
- Все «крупные» компании-респонденты и лишь две трети «средних» отметили осведомленность персонала о ЦУР.
- В большинстве компаний-респондентов ЦУР известны как профильным специалистам, так и высшему руководству.
- Почти в трети компаний о ЦУР знают только профильные специалисты в сфере экологии, социальной политики, корпоративной социальной ответственности и т.п.
- Почти в четверти компаний о ЦУР проинформированы менеджеры среднего звена/руководители подразделений (управлений, департаментов/филиалов).

#### УРОВЕНЬ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О ЦУР РАЗЛИЧНЫХ СОТРУДНИКОВ



В компаниях сектора услуг в два раза чаще, чем в компаниях сырьевого сектора, о ЦУР осведомлены только профильные специалисты компании. В свою очередь, осведомленность менеджеров в электроэнергетических компаниях и организациях обрабатывающей промышленности еще ниже.

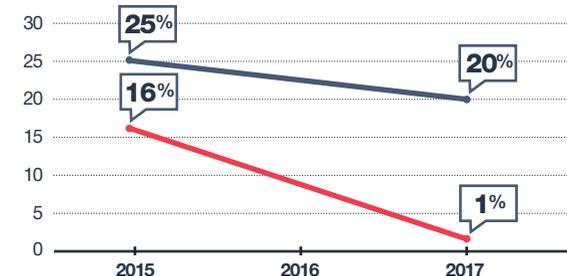
■ Компании сектора услуг  
■ Компании сырьевого сектора  
■ Электроэнергетические компании  
■ Обрабатывающая промышленность



Чтобы выявить степень информированности респондентов об основных концепциях / программах / документах в области устойчивого развития, им был предложен список основных актуальных вариантов с возможностью дополнить его, а именно:

- 1 Концепция устойчивого развития
- 2 Глобальный договор ООН
- 3 Цели устойчивого развития (17 ЦУР)
- 4 Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий
- 5 Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI)
- 6 Социальная хартия российского бизнеса
- 7 Принципы ответственного инвестирования ООН
- 8 Финансовая инициатива ООН-Окружающая среда
- 9 Парижское соглашение по климату
- 10 Руководящие принципы ООН предпринимательской деятельности в аспекте прав человека
- 11 Стандарты социальной ответственности ISO 26000:2010 (ГОСТ Р ИСО 26000:2012)
- 12 Системы отчетности в области устойчивого развития, стандарты GRI

Согласно Corporate Citizenship — доля опрошенных специалистов зарубежных компаний, не осведомленных о наличии ЦУР, сократилась с 16% в 2015 году до 1% в 2017 году. При этом — доля компаний, осведомленных о ЦУР, но не планирующих предпринимать какие-либо действия в связи с их утверждением, снизилась незначительно — с 25% до 20%.



#### ВЫЯВЛЕННАЯ СТЕПЕНЬ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ:



#### ЧАЩЕ ВСЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛИ КОМПАНИЙ ОТМЕЧАЛИ КАК ИЗВЕСТНЫЕ:



**Представители добывающей, металлургической промышленности, а также энергетической отрасли лучше осведомлены, по сравнению с представителями других секторов экономики.**

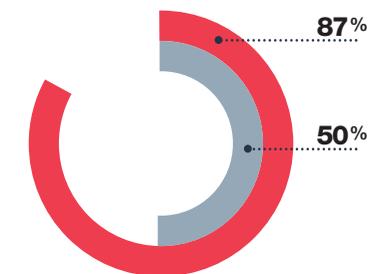


**Менеджеры крупных компаний** – признанных лидеров в области корпоративной ответственности и устойчивого развития по результатам различных рейтингов и конкурсов – продемонстрировали знание обо всех концепциях / документах.

**В крупных компаниях** менеджеры осведомлены о большем количестве международных документов. Так, представители «крупнейших» и «крупных» компаний знают в среднем о 8 инициативах, а сотрудники «средних» компаний – только о 4 из них.

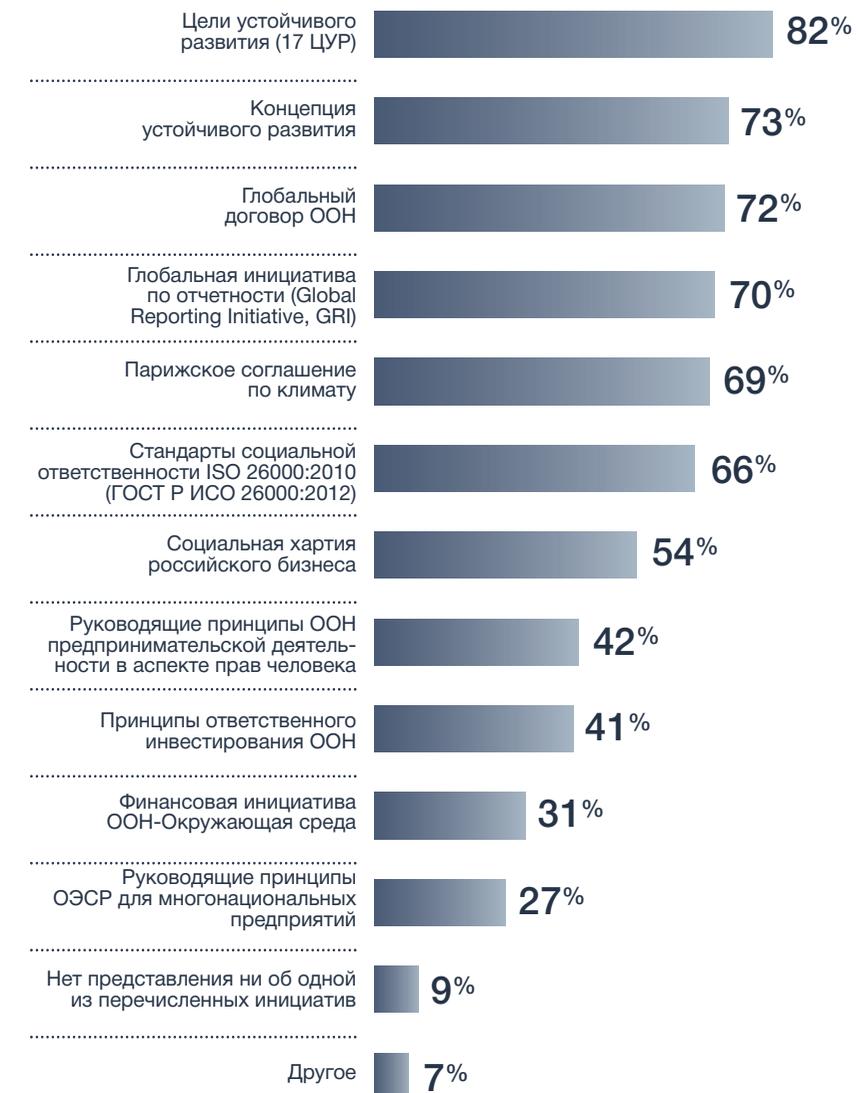
Осведомленность о Парижском соглашении по климату заметно выше у респондентов российских компаний с государственным участием, по сравнению с частными российскими компаниями.

■ Представители подразделений международных компаний  
■ Российские компании



Незначительное число респондентов (8 %) дополнили список другими документами в сфере устойчивого развития, куда вошли отраслевые стандарты в сфере устойчивого развития (например, Aluminium Stewardship Initiative, International Council on Metals & Mining), стандарт для оценки социальных аспектов систем менеджмента SA 8000 (Social Accountability 8000), TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures), Руководство по раскрытию климатической информации для компаний CDP и др.

### ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ О ТЕМАТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ, ИНИЦИАТИВАХ И ДОКУМЕНТАХ



# Интеграция Целей устойчивого развития в бизнес-стратегии

## Мотивация

Более амбициозные и глобальные цели характерны, прежде всего, для тяжеловесов. Так, «крупные» компании в два раза чаще, по сравнению со «средними», в качестве мотива указывают понимание вытекающих из ЦУР возможностей для роста бизнеса (82% и 42% соответственно). Значимость указанного мотива для «крупнейших» компаний ниже, возможно, по причине более широкого доступа к информации и другим различным ресурсам (38%).

Представители «локальных» компаний существенно чаще, чем компании, имеющие региональные подразделения, в числе мотивов упоминают осознание связи между вовлеченностью в ЦУР и укреплением репутации, бренда компании (75% «столичных» компаний против 15% компаний, осуществляющих деятельность в регионах).



Возможности для роста бизнеса >> «Крупные» компании



Возможности для роста бизнеса >> «Средние» компании



Репутационные выгоды >> Локальные компании



Репутационные выгоды >> Компании, работающие в разных регионах России

### ПЯТЬ ОСНОВНЫХ МОТИВОВ ДЛЯ УЧАСТИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ТЕМЫ И ДОСТИЖЕНИИ ЦУР:

- 1 Понимание новых, вытекающих из ЦУР, возможностей для роста бизнеса
- 2 Осознание связи между вовлеченностью в ЦУР и укреплением репутации, бренда компании
- 3 Обеспечение соответствия принципов и методов ведения бизнеса требованиям инвесторов и партнеров
- 4 Повышение эффективности управления рисками, связанными с устойчивым развитием
- 5 Получение конкурентных преимуществ

### У КАЖДОЙ ПЯТОЙ КОМПАНИИ АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР АССОЦИИРУЕТСЯ

- с повышением эффективности управления
- с улучшением экономических показателей
- с ответом на запросы заинтересованных сторон

### РЕЖЕ УПОМИНАЮТСЯ

- вовлеченность в международную повестку, внимание к глобальным трендам
- необходимость выхода на новые рынки и расширения международного сотрудничества
- соответствие требованиям государства, в том числе законодательным

За последние несколько лет компании – лидеры российского бизнеса стали заметно больше внимания уделять удовлетворению запросов и требований внешних инвесторов и партнеров, что отразилось на нефинансовых аспектах их деятельности. Обеспечение соответствия бизнеса требованиям инвесторов в качестве одного из ключевых мотивов для активного участия в развитии темы ЦУР российские компании упоминают значительно чаще, чем представительства международных компаний в России.



Обеспечение соответствия бизнеса требованиям инвесторов >> Российские компании



Обеспечение соответствия бизнеса требованиям инвесторов >> Представительства международных компаний

Мотив улучшения репутации, усиления бренда компании играет важную роль прежде всего для представителей государственных компаний, на что указали более половины из них. В свою очередь, получение конкурентных преимуществ в качестве мотива указали только представители частных компаний.



Репутационные выгоды >> Государственные компании



Репутационные выгоды >> Частные компании



Получение конкурентных преимуществ >> Частные компании



### КЛЮЧЕВЫЕ МОТИВЫ УЧАСТИЯ В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР



Представители сферы услуг, прежде всего банков и телекоммуникационных компаний, в числе важных для них мотивов заметно чаще остальных респондентов упоминали необходимость соответствия требованиям государства. Респонденты компаний добывающей и металлургической промышленности в два раза реже, по сравнению с представителями других секторов, отмечали важность новых возможностей для роста, вытекающих из ЦУР. Представители компаний обрабатывающей промышленности и строительства ни разу не указали в качестве мотива обеспечение соответствия требованиям инвесторов и партнеров, в свою очередь они чаще остальных респондентов указывали на возможность получения конкурентных преимуществ.



## Приоритеты в сфере достижения ЦУР

### ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, ВЫДЕЛЕННЫЕ БОЛЬШИНСТВОМ РЕСПОНДЕНТОВ В КАЧЕСТВЕ ПРИОРИТЕТНЫХ:

- ЦУР 8.** Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту
- ЦУР 3.** Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте
- ЦУР 4.** Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования
- ЦУР 9.** Создание прочной инфраструктуры, содействие обеспечению всеохватной устойчивой индустриализации и внедрению инноваций
- ЦУР 12.** Обеспечение рациональных моделей потребления и производства
- ЦУР 17.** Укрепление партнерства в интересах устойчивого развития

Перспективные ЦУР, которые пока не отмечаются как релевантные, но оцениваются как перспективные:



В среднем в стратегических документах отдельной компании-респондента определены 7 значимых Целей устойчивого развития.



Чем выше уровень осведомленности компании о ЦУР и ГД ООН, тем большее количество ЦУР отражено в ее стратегических документах. Например, те респонденты, которым ЦУР и задачи внутри них хорошо знакомы и понятны, определяют в среднем 9 Целей; а те, у которых есть только самое общее представление о ЦУР, – 4 из них.



**ПРИМЕРЫ СОЧЕТАНИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦУР**

ЦУР, связанные с различными аспектами равноправия и социального равенства (ликвидация нищеты, снижение неравенства, гендерное равенство, равный доступ к правосудию).



ЦУР, связанные с устойчивым социально-экономическим развитием (благополучие для всех, устойчивый экономический рост, качественное образование, устойчивая индустриализация, внедрение инноваций, прочная инфраструктура).

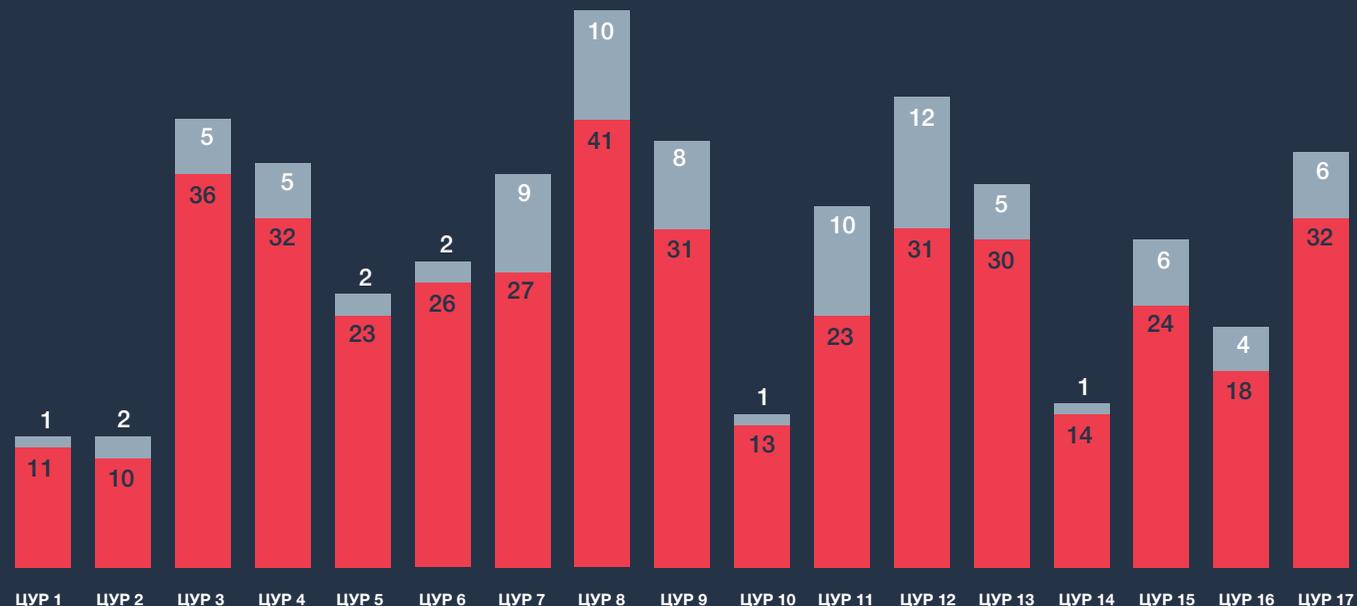


ЦУР экологической тематики (сохранение водных ресурсов, доступ к источникам энергии, рациональные модели потребления и производства, борьба с изменением климата, сохранение экосистем).



**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЦУР ПО СТЕПЕНИ ПРИОРИТЕТНОСТИ**

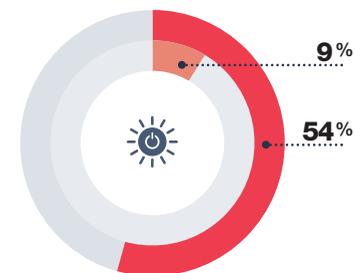
■ Релевантные ЦУР  
■ Перспективные ЦУР



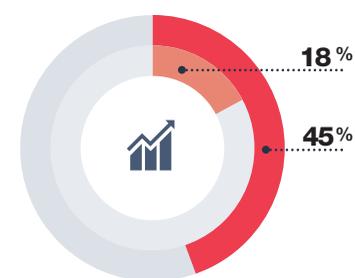
Российские компании с государственным участием в качестве приоритетных ЦУР чаще упоминают те из них, которые соответствуют заявленным национальным приоритетам и актуальной повестке деятельности федеральных и региональных органов власти.

■ Компании с государственным участием  
■ Частные компании

**Обеспечение доступа к недорогостоящим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии**



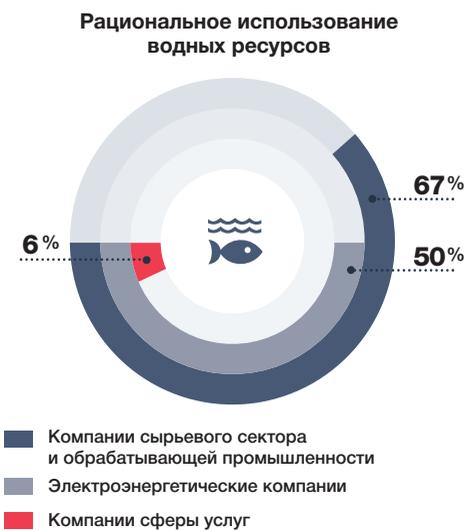
**Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту**



«Крупнейшие» компании в числе приоритетов гораздо чаще, чем «средние» и «крупные», определяют Цели, связанные с созданием прочной инфраструктуры, устойчивой индустриализацией и внедрением инноваций.



ЦУР, касающаяся рационального использования водных ресурсов, релевантна для подавляющего большинства компаний сырьевого сектора и обрабатывающей промышленности, половины электроэнергетических компаний и практически не важна для компаний сектора услуг. Для последней группы компаний также мало значима и борьба с изменением климата (19%).



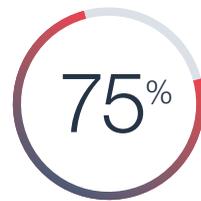
Обеспечение доступа к недорогостоящим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии является более актуальным для представителей компаний добывающей и металлургической промышленности, а также энергетической отрасли, по сравнению с представителями обрабатывающей промышленности и сферы услуг.



Представители электроэнергетических компаний чаще остальных респондентов относят к числу перспективных приоритетных ЦУР содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту:



и обеспечение рациональных моделей потребления и производства:

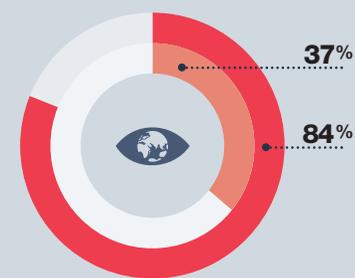


ЦУР, касающиеся доступа к источникам энергии и борьбы с климатическими изменениями, наиболее актуальны для «территориально распределенных» компаний, менее важны для «локальных» и практически не важны для «сетевых». ЦУР, связанная с внедрением инноваций и устойчивой индустриализацией, наиболее актуальна для «локальных» компаний и вообще не актуальна для «сетевых».

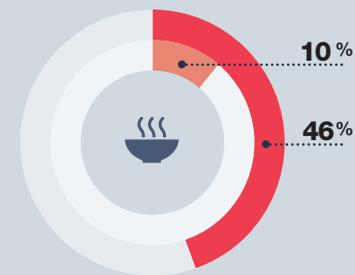
## Отражение ЦУР в бизнес-практике (бизнес-моделях)

Выбор приоритетов в сфере содействия достижению ЦУР в значительной мере зависит и от того, являются ли компании российскими или подразделениями международных компаний – глобальных брендов. Так, представители второй группы в 4 раза чаще указывают на первоочередную значимость принятия срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями, по ликвидации голода и обеспечению продовольственной безопасности.

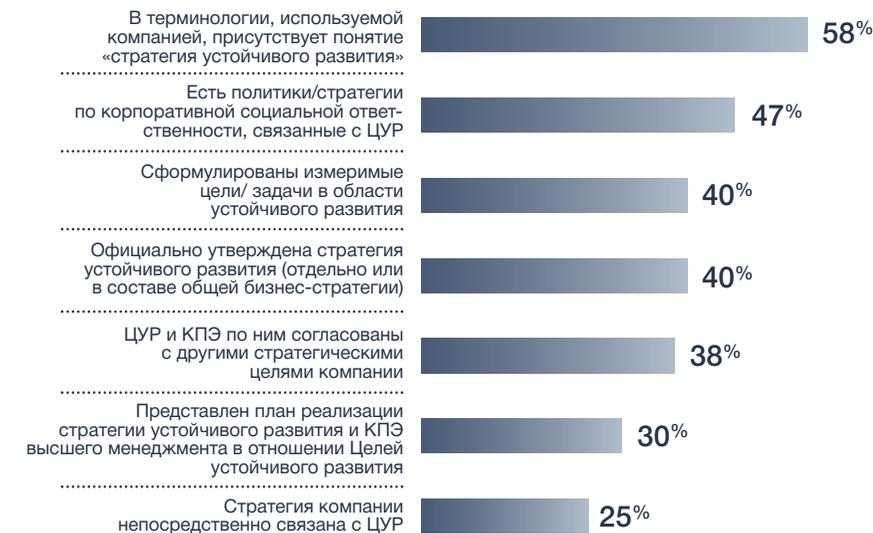
### Борьба с изменением климата и его последствиями



### Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания



Подразделения международных компаний  
Российские компании



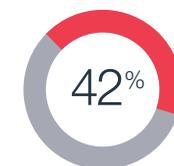
Представительная доля компаний либо планирует, либо уже пытается внедрять в бизнес-модель вопросы устойчивого развития.



компаний в среднесрочной перспективе планируют или уже начали внедрять стратегию, увязанную с ЦУР



респондентов планируют или внедряют стратегию устойчивого развития



имеют КПЭ высшего менеджмента в отношении целей в области устойчивого развития компании и официально утверждённую стратегию устойчивого развития

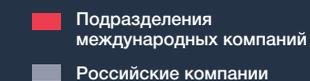
### ИНТЕГРАЦИЯ ВОПРОСОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В БИЗНЕС-МОДЕЛИ



Сравнительно низкий уровень интеграции вопросов устойчивого развития и ЦУР отмечается в компаниях сферы услуг, прежде всего, в финансовых и транспортных компаниях. Высокий уровень интеграции стратегии, связанной с ЦУР, согласованности Целей устойчивого развития компании и КПЭ по ним с другими стратегическими целями, плана реализации стратегии устойчивого развития и т.п. демонстрируют компании обрабатывающей промышленности.

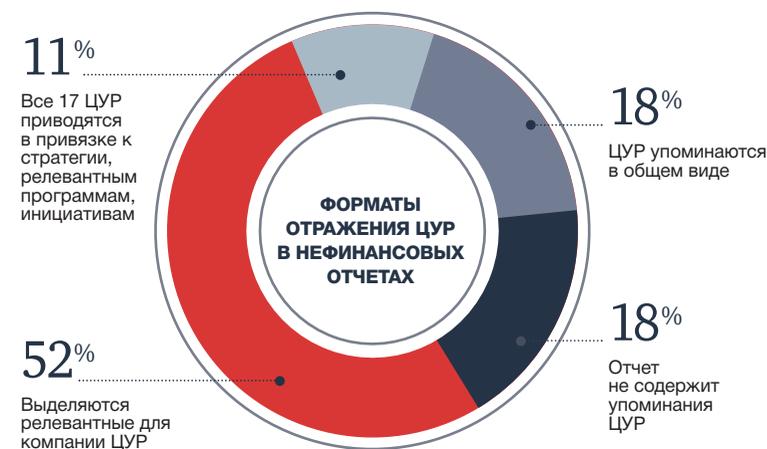
Международные компании характеризуются более высоким уровнем интеграции вопросов устойчивого развития в свои документы и в целом в бизнес-модель. Например, наличие стратегии, связанной с ЦУР, отмечено в 85% российских подразделений международных компаний и только в 8% российских компаний. Политика/стратегия по корпоративной социальной ответственности, связанная с ЦУР, имеется у подавляющего большинства подраз-

делений международных компаний и лишь в каждой третьей российской. Уровень интеграции официально утвержденной стратегии устойчивого развития в бизнес-модель выше в частных компаниях, по сравнению с государственными.



## ЦУР в нефинансовых отчетах

Упоминание Целей устойчивого развития в нефинансовой отчетности компаний – один из индикаторов степени информированности о ЦУР и интереса к ним в качестве стратегических ориентиров.



Практически все компании (около 90%), которые указали, что их сотрудники в той или иной степени осведомлены о ЦУР, выпускают нефинансовые отчеты. При этом уровень осведомленности персонала компании о ЦУР напрямую влияет на степень и полноту освещения вопросов устойчивого развития в нефинансовом отчете организации.



1/2

**Более половины компаний**, которые готовят нефинансовую отчетность, указывают в ней релевантные ЦУР.

1/10

**В отчете каждой десятой компании** все 17 ЦУР показаны в привязке к стратегии, а также указаны реализуемые корпоративные программы и инициативы.

1/6

**Каждая шестая компания** упоминает о ЦУР в нефинансовом отчете, но не связывает их со своей бизнес-стратегией.

1/5

**Почти пятая часть** нефинансовых отчетов респондентов не содержат упоминаний о ЦУР.

# Меры и барьеры для достижения ЦУР

## Меры и инструменты

**Более половины** опрошенных считают, что самый эффективный путь достижения ЦУР – внедрение передовых инновационных и технологических решений на всех уровнях деятельности компании.

**Около трети** респондентов называют таковым повышение эффективности учета ЦУР в обще-корпоративных стратегических и отчетных документах компании, а также совершенствование продуктов/услуг в соответствии с требованиями ЦУР.

### Другие реже упомянутые меры:

- финансирование проектов в области экологического и социального воздействия;
- развитие сотрудничества с органами власти и другими заинтересованными сторонами;
- развитие нефинансовой отчетности с включением информации по ЦУР;
- решение задач по снижению негативного экологического и социального воздействия.

Российские представительства международных компаний почти в три раза чаще обращают внимание на такую меру, как совершенствование продуктов/услуг в соответствии с требованиями ЦУР (69%), по сравнению с российскими компаниями (22%).

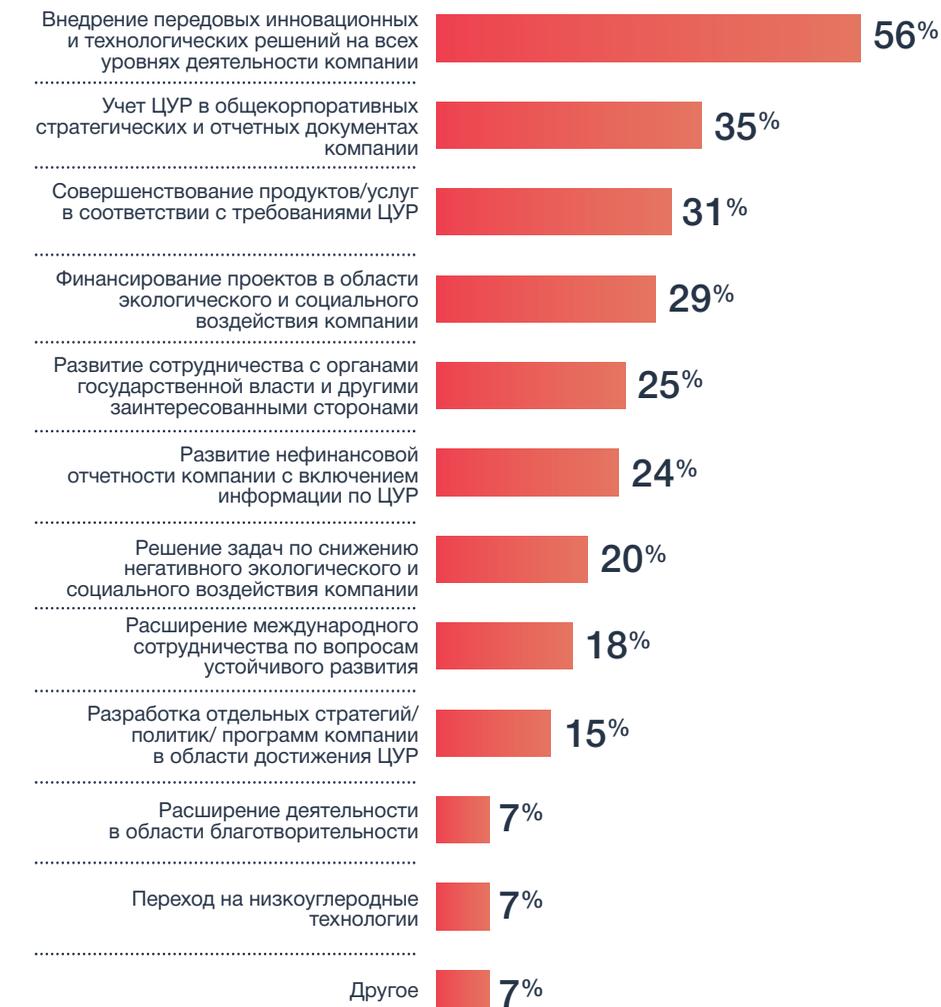


Повышение качества продуктов/услуг в соответствии с требованиями ЦУР гораздо чаще упоминают представители обрабатывающей промышленности и сферы услуг.



Развитие нефинансовой отчетности компании с включением информации по ЦУР в качестве эффективной меры отмечают более трети компаний сектора услуг, добывающей и металлургической промышленности и лишь менее 10% компаний обрабатывающей промышленности. Ни одна из компаний в сфере электроэнергетики не отметила эту меру в качестве эффективной.

## НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕРЫ УЧАСТИЯ БИЗНЕСА В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР

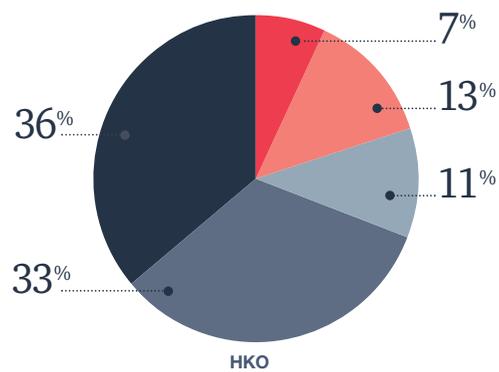
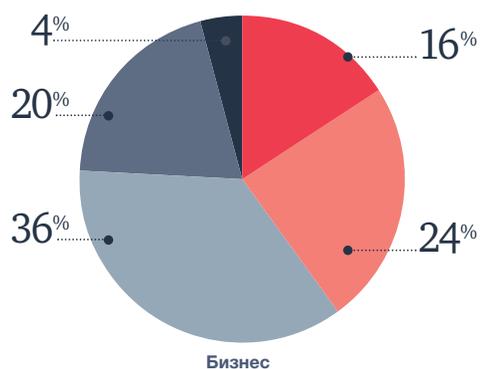
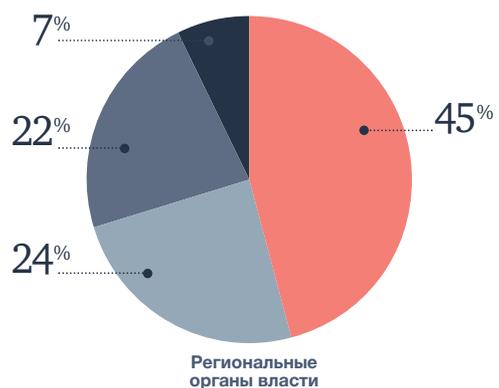
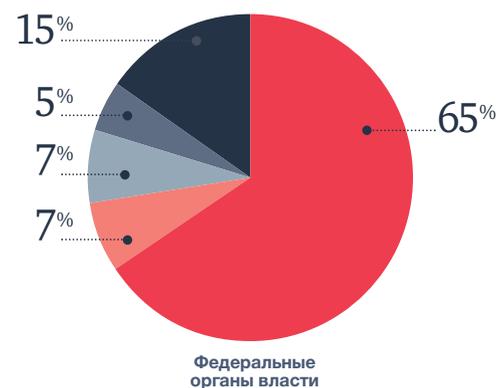


# Роль заинтересованных сторон в продвижении ЦУР

Ключевую роль в достижении ЦУР в России компании-респонденты отводят, в первую очередь, федеральным органам власти. Так, федеральные органы власти на первое место поставили более половины опрошенных – 65%, на второе – 7%. Противоположного мнения придерживаются лишь менее пятой части опрошенных представителей компаний (в основном это – российские подразделения международных брендов), которые уверены, что наибольший вклад в достижение ЦУР должен вносить именно бизнес.

## ОЦЕНКА ВКЛАДА ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН В ДОСТИЖЕНИЕ ЦУР

1 место 2 место 3 место 4 место 5 место



Региональную власть на первое место поставила лишь одна из опрошенных компаний, в то время как на второе – почти половина респондентов (45%).

## ОСНОВНЫЕ БАРЬЕРЫ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦУР



Более половины представителей компаний указали на отсутствие в России государственной политики и нормативных документов в сфере устойчивого развития и непонимание подходов к внедрению ЦУР на федеральном уровне.

Почти треть компаний назвали барьером то, что они пока не видят понятных выгод от внедрения ЦУР.

При этом более чем в половине случаев (59%) такие компании характеризуются низким уровнем информированности персонала о ЦУР.

Реже упоминались сложности, связанные с отсутствием необходимых ресурсов и недостаточным знакомством с передовыми практиками.

Почти каждый десятый респондент указал на отсутствие интереса руководства компании и невовлеченность в эту деятельность топ-менеджмента.

Российские компании в два раза чаще упоминают отсутствие ясного понимания подходов к внедрению ЦУР, по сравнению с подразделениями международных организаций.



Заметно чаще о непонимании тематики ЦУР заявляют представители сферы услуг, добывающей и металлургической промышленности, энергетической отрасли, достаточно редко – представители обрабатывающей промышленности.

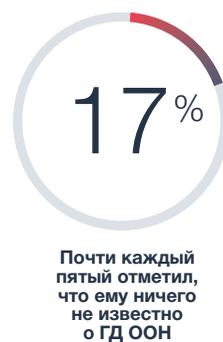


# Глобальный договор ООН. Запросы и ожидания бизнеса

## Информированность о ГД ООН

Можно констатировать высокую степень информированности лидеров бизнеса в России о Глобальном договоре ООН. Прежде всего, это справедливо для самых крупных компаний.

Чем крупнее компания, тем выше уровень осведомленности ее сотрудников о Глобальном договоре. Например, о деятельности национальной сети ГД ООН в России хорошо информирована половина представителей «крупнейших» организаций, почти в два раза меньше специалистов из «крупных» компаний и только 8% в «средних» организациях.



Значительно больше о ГД ООН знают представители российских компаний добывающей и металлургической промышленности, многие из которых – лидеры Индексов корпоративной устойчивости, ответственности и открытости РСПП. Среди них о деятельности национальной сети ГД ООН хорошо осведомлены:



Компании, работающие в разных регионах России, в целом более осведомлены о ГД ООН, чем «локальные» компании.

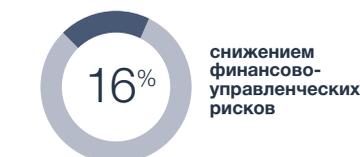


## Преимущества участия в ГД ООН

### ПЯТЬ ОСНОВНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ УЧАСТИЯ В ГД ООН:

- 1 Обмен опытом в сфере КСО и устойчивого развития
- 2 Укрепление деловой репутации
- 3 Образование, повышение компетенций в сфере КСО и устойчивого развития
- 4 Повышение внутренней эффективности работы компании в контексте устойчивого развития
- 5 Участие в программах и проектах, направленных на рост деловой культуры в сфере КСО и устойчивого развития в России

Другие важные преимущества связаны для респондентов с



Относительно редко в качестве преимуществ были указаны такие, как расширение аудитории, повышение узнаваемости (11%) и рост международных деловых контактов и связей (10%).



Интерес к участию в программах и проектах, направленных на рост деловой культуры в сфере корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, проявляют, в первую очередь, подразделения международных компаний – в 3,5 раза чаще, по сравнению с российскими.



Подразделения международных компаний

Российские компании

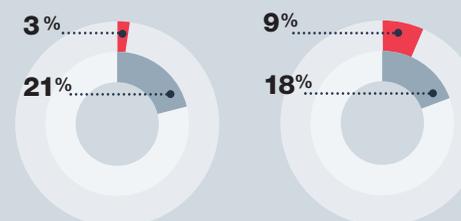
### НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА УЧАСТИЯ В ГД ООН



«Крупнейшие» компании в качестве преимуществ чаще отмечают синхронизацию политики в сфере КСО и устойчивого развития с глобальной повесткой.



Для «средних» компаний интересны другие форматы, такие, как возможности роста международных деловых контактов и связей, а также расширение аудитории, повышение узнаваемости.

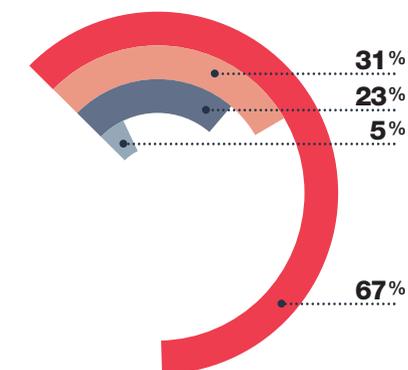


«Крупнейшие» компании  
«Крупные» компании  
«Средние» компании

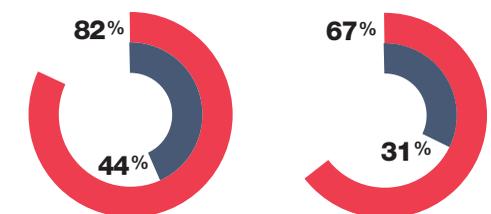
Рост международных деловых контактов и связей как преимущество участия в ГД ООН значимо, в основном, для ряда небольших московских компаний, не представленных в регионах (около 25% «локальных» компаний).

Компании энергетической отрасли, а также добывающей и металлургической промышленности чаще упоминают синхронизацию политики в сфере корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития с глобальной повесткой. Для сравнения: компании перерабатывающей промышленности говорят об этом в 2 раза реже, а в сфере услуг лишь в отдельных случаях.

Энергетические компании  
Добывающие и металлургические компании  
Обработывающая промышленность  
Сфера услуг



Респонденты, хорошо информированные о ГД ООН, в два раза чаще видят преимущества:



в области обмена опытом

в целях синхронизации политики в сфере корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития с глобальной повесткой

При этом значимость роли глобальной и локальной конкурентоспособности, а также снижения финансово-управленческих рисков отмечают лишь около четверти из мало информированных респондентов, в то время как хорошо информированные респонденты такие варианты ответа не отмечают вовсе.

## Направления сотрудничества с национальной сетью ГД ООН в России

Анализ результатов опроса говорит о сформированном высоком уровне ожиданий и запросов со стороны компаний в адрес национальной сети ГД ООН в России.

### 8 НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫХ ДЛЯ КОМПАНИЙ НАПРАВЛЕНИЙ СОТРУДНИЧЕСТВА:

- 1 диалоги с заинтересованными сторонами
- 2 ответственность бизнеса как конкурентное преимущество
- 3 энерго- и ресурсоэффективность
- 4 устойчивое развитие городов и регионов
- 5 ответственное производство и потребление
- 6 отчетность об устойчивом развитии
- 7 эколого-климатическая ответственность бизнеса
- 8 ЦУР как фактор трансформации бизнеса

### ОКОЛО ПОЛОВИНЫ РЕСПОНДЕНТОВ СЧИТАЮТ ВАЖНЫМИ ТАКЖЕ ТАКИЕ ТЕМЫ, КАК:

- ответственные цепочки поставок
- положительное воздействие бизнеса
- зеленая экономика и зеленые инвестиции
- ответственное финансирование и инвестирование
- глобальное партнерство в интересах устойчивого развития

### РЕЖЕ УПОМИНАЮТСЯ:

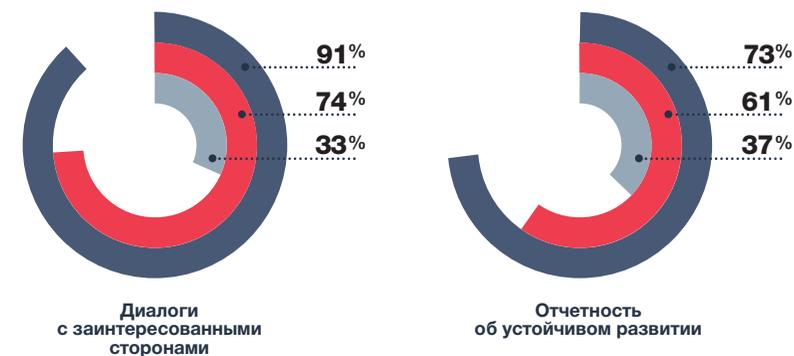
- инклюзивная экономика устойчивого развития
- бизнес и права человека
- противодействие коррупции
- трудовые отношения
- биоразнообразие

Как правило, количество отмеченных респондентами интересных для обсуждения тем прямо коррелирует со степенью осведомленности персонала компаний о ЦУР и их информированностью о деятельности ГД ООН. Тема социальной ответственности бизнеса в качестве конкурентного преимущества и отчетности об устойчивом развитии в три раза чаще упоминается компаниями, чей персонал хорошо осведомлен о ЦУР, по сравнению с остальными компаниями.

### НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С НАЦИОНАЛЬНОЙ СЕТЬЮ ГД ООН

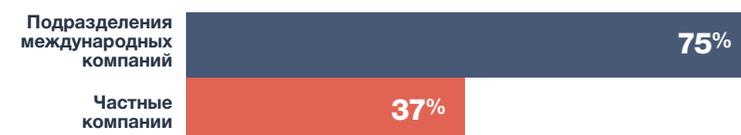


Диалоги с заинтересованными сторонами и отчетность об устойчивом развитии важны, в первую очередь, для «крупных» и «крупнейших» компаний-респондентов. Данные темы в меньшей степени актуальны для «средних» компаний.



■ «Крупнейшие» компании  
■ «Крупные» компании  
■ «Средние» компании

Значимость отчетности об устойчивом развитии гораздо выше для представителей компаний с государственным участием.



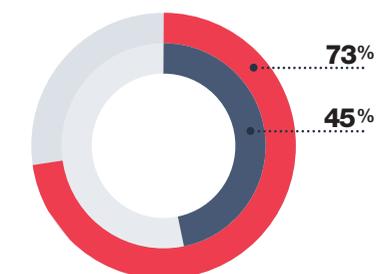
Крупные российские компании стали называть сегодня способами получения дополнительных конкурентных преимуществ ответственное производство и потребление, ответственную цепочку поставок и зеленые технологии.



Для крупных международных брендов, по сравнению с российскими компаниями, более интересны вопросы глобального партнерства в интересах устойчивого развития и эколого-климатическая ответственность бизнеса.



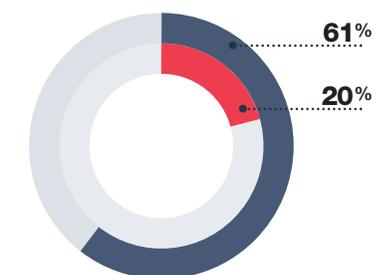
Партнерство в интересах устойчивого развития



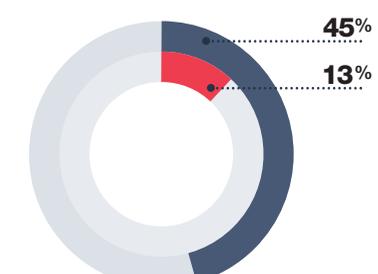
Эколого-климатическая ответственность бизнеса

■ Крупные международные компании  
■ Российские компании

Респонденты из российских компаний, по сравнению с международными, в три раза чаще проявляют интерес к вопросам устойчивого развития городов и регионов, а также к проблеме ответственного финансирования и инвестирования.



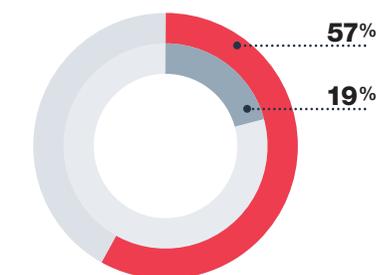
Устойчивое развитие городов и регионов



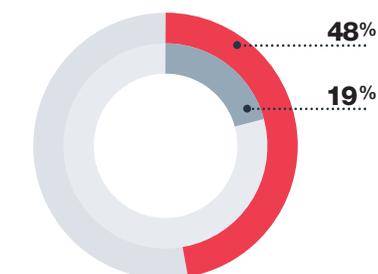
Ответственное финансирование и инвестирование

■ Международные компании  
■ Российские компании

У представителей частных российских компаний, по сравнению с государственными, выше интерес к вопросам ответственных цепочек поставок и положительного воздействия бизнеса.



Ответственные цепочки поставок



Положительное воздействие бизнеса

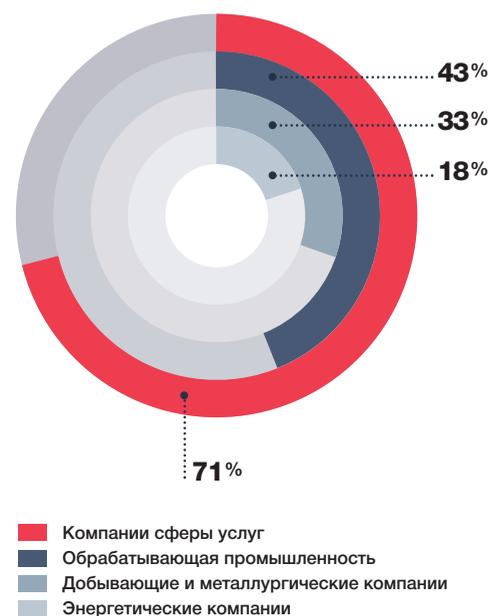
■ Частные российские компании  
■ Государственные компании

## Востребованные форматы содействия в достижении ЦУР

### 6 НАИБОЛЕЕ ПОЛЕЗНЫХ ДЛЯ КОМПАНИЙ ФОРМАТОВ СОДЕЙСТВИЯ В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР СО СТОРОНЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ СЕТИ ГД ООН В РОССИИ:

- 1 Организация тематических конференций / круглых столов и т. п.
- 2 Образовательные программы и проекты
- 3 Вовлечение специалистов компании в деятельность рабочих групп / платформ национальной сети ГД ООН
- 4 Подготовка информационно-аналитических материалов по ЦУР в России
- 5 Организация выездных тематических сессий / стажировок
- 6 Помощь в организации диалогов с заинтересованными сторонами

Компании сферы услуг существенно чаще отмечают заинтересованность в образовательных программах и проектах.



Часть опрошенных считают полезной работу по переводу и распространению в России информационно-аналитических материалов ГД ООН, а также обмен лучшими отраслевыми практиками по достижению ЦУР и создание национального отраслевого каталога таких практик.

Персонал «крупнейших» компаний лучше информирован о ЦУР, поэтому более высокий интерес к образовательным программам отмечают «средние» и «крупные» компании. Для сравнения: лишь треть «крупнейших» компаний указали на важность такого формата.



### ПРИОРИТЕТНЫЕ ФОРМАТЫ СОДЕЙСТВИЯ В ДОСТИЖЕНИИ ЦУР СО СТОРОНЫ ГД ООН



Вовлечение специалистов компании в деятельность рабочих групп / платформ национальной сети ГД ООН в три раза чаще востребован «крупными» и «крупнейшими» компаниями, по сравнению со «средними»; почти вдвое чаще – компаниями с государственным участием, по сравнению с частными.

# Резюме

Участников исследования «Устойчивое развитие. Роль России» можно считать репрезентативной группой, которая отражает общие настроения, потребности и запросы лидеров российского бизнеса в отношении Целей устойчивого развития. По итогам исследования нельзя не констатировать безусловный и значительный прогресс российского бизнеса в понимании особенностей своей вовлеченности в процессы устойчивого развития в разных аспектах – тематическом (приоритеты во внедрении ЦУР, области направления усилий, мотивация, ожидания и др.), структурно-управленческом (трансформация систем управления вопросами устойчивого развития, перенос ответственности в этой сфере на более высокий уровень управления и др.), финансово-инвестиционном (осознание вовлеченности в глобальную повестку не только как фактора снижения издержек вследствие наступления рисков, но и как фактора инвестиционной привлекательности, получения финансовых преференций и др.). При этом для дальнейшего качественного шага вперед необходимы еще значительные усилия и коллективные действия, направленные на детализацию этого понимания и переход от обсуждения приоритетов к внедрению методологии их достижения, к трансформации бизнес-стратегий и бизнес-моделей в интересах ЦУР, а также к измерению конкретных практических результатов как с точки зрения социо-экологических эффектов, так и с точки зрения роста и развития самого бизнеса в условиях глобальной экономики.

В целом для российских компаний более релевантны ЦУР условно экономического характера, чем социально-экологического, что согласуется и с результатами международных исследований настроения бизнеса, который заявляет о своем основном влиянии именно на экономические ЦУР (содействие устойчи-

вому экономическому росту, создание инфраструктуры, обеспечение индустриализации, внедрение инноваций, рациональных моделей потребления и производства, устойчивость городов и населенных пунктов, доступ к недорогим чистым источникам энергии и др.). Здесь важно иметь в виду комплексность и всеохватность ЦУР, а также заложенные в них механизмы формирования новой экономики устойчивого развития, основанной на иных подходах поддерживающего (и сдерживаемого), ценностно ориентированного экономического роста в пользу человека, сообществ, окружающей среды и планеты. В лидерах ЦУР условно неэкономического характера – традиционное для российского бизнеса обеспечение здорового образа жизни и всеохватного качественного образования, а также менее традиционные в силу своего масштаба и глобального характера содействие всеобщему благополучию и укрепление партнерств в интересах устойчивого развития. То, что ЦУР, направленные на снижение неравенства, обеспечение продовольственной безопасности, ликвидацию голода и нищеты, заметно менее приоритетны для российского бизнеса, может быть спорным в том смысле, что предполагаемые причины (неактуальность этих вызовов для России современного периода) следует проанализировать с точки зрения задачи формирования инновационных масштабируемых бизнес-моделей, которые способны решать подобные проблемы во внешнеэкономическом масштабе, внедрять механизмы снижения глобальных рисков, реагирования в чрезвычайных обстоятельствах и т.п. Эту же опцию следует применять ко всем другим ЦУР – рассматривать не столько их тематическую область, сколько то, как в результате их достижения изменится, станет более безопасным, устойчивым и справедливым мир в целом.

## На выбор компаниями приоритетных ЦУР, прежде всего, оказывают влияние

- принадлежность российскому или международному бренду
- форма собственности
- отраслевая специализация
- размер компании / масштаб бизнеса



## СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ / ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Многие компании имеют стратегию устойчивого развития, в которую в ряде случаев интегрированы и элементы стратегического планирования достижения ЦУР. Официально утвержденная стратегия устойчивого развития (отдельно или в составе общей бизнес-стратегии) на сегодняшний день есть почти у 40% компаний. В свою очередь стратегия, увязанная с ЦУР, есть у каждой четвертой. Около трети респондентов отметили, что ЦУР и задачи внутри них хорошо знакомы и понятны, а механизмы их применения на уровне компании (внедрения в бизнес-модель) – известны.

Компании выделили пять основных мотивов для активного участия бизнеса в процессах устойчивого развития и достижения ЦУР:

- 1 понимание новых, вытекающих из ЦУР, возможностей для роста бизнеса;
- 2 осознание связи между вовлеченностью в ЦУР и усилением репутации, бренда компании;
- 3 обеспечение соответствия бизнеса требованиям инвесторов и партнеров;
- 4 повышение эффективности управления рисками, связанными с устойчивым развитием;
- 5 получение конкурентных преимуществ.

Более трети компаний – участников опроса отметили, что внедрять принципы устойчивого развития в корпоративное управление их стимулирует возросший интерес и запросы внешних заинтересованных сторон, инвесторов и партнеров инвестиционного сообщества.

- Разработка принципов / моделей / модулей общего методологического сопровождения формирования стратегий устойчивого развития / стратегий достижения ЦУР
- Расширение количества и спектра информационно-аналитических исследований, направленных на содействие стратегическому бизнес-планированию в интересах ЦУР
- Разработка / издание методических руководств для бизнеса по трансформации бизнес-моделей в интересах ЦУР, разъясняющих задачи внутри ЦУР и механизмы их достижения
- Содействие углублению и развитию мотивации бизнеса активно участвовать в достижении ЦУР и одновременно детализации, конкретизации, реализации и достижению уже осознанных мотивов и стимулов
- Реализация целевых долгосрочных программ согласно выявленным основным мотивам вовлеченности бизнеса в повестку в области устойчивого развития (например, программа национальной сети ГД ООН по формированию ответственной инвестиционно-финансовой практики в России, и др.)
- Разработка методических рекомендаций по формированию нефинансовой отчетности в сфере ЦУР, которые, в свою очередь, отражают степень зрелости стратегий в интересах ЦУР и умение измерять конкретные результаты этой работы

## КОРПОРАТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ

Почти в каждой четвертой компании-респонденте сегодня существует самостоятельное подразделение, так или иначе ответственное за вопросы устойчивого развития. Примерно в половине компаний вопросами устойчивого развития занимаются подразделения, ведающие вопросами экологии и охраны окружающей среды. При этом все основные субъекты корпоративного управления в той или иной степени участвуют в разработке решений по внедрению принципов устойчивого развития и достижению ЦУР. Более чем в половине компаний за широкий круг вопросов в области устойчивого развития отвечает представитель топ-менеджмента.

- Содействие внедрению современных подходов и международных стандартов устойчивого развития в корпоративное управление: кодексы, программы, HR-практику и т.п.
- Обеспечение тематического межсекторного диалога между российскими и международными компаниями для дальнейшего сокращения существующего разрыва в уровне интеграции ценностей и принципов устойчивого развития в корпоративную систему управления (от вопросов вовлеченности персонала в трансформацию бизнес-моделей до коммуникаций с поставщиками и сообществами)

## КЛЮЧЕВОЙ БАРЬЕР ПРОГРЕССА В ОБЛАСТИ ЦУР

Главную ответственность за достижение ЦУР в России компании возлагают на федеральные органы власти. Почти три четверти из них считают роль федеральных органов власти в достижении ЦУР более значимой, чем роль бизнеса и бизнес-ассоциаций. Согласно этой же логике ключевым барьером прогресса в области ЦУР более половины респондентов называют отсутствие в России государственной политики и нормативных документов в этой сфере, а также в целом недопонимание основными заинтересованными сторонами подходов к внедрению ЦУР. Лишь некоторые компании (в первую очередь частные российские компании и в меньшей мере правительства международных брендов) считают роль бизнеса более значимой, чем роль органов власти.

- Консолидированные инициативы от имени бизнеса и ведущих бизнес-объединений, направленные на вовлечение органов власти в диалог вокруг ЦУР и поиск совместных решений для обеспечения наибольшего прогресса в их достижении
- Формирование рабочих экспертных групп с участием бизнеса и органов власти (или на площадках органов власти / или расширение тематики существующих рабочих групп и др.) для совместной выработки подходов к достижению ЦУР, механизмов внедрения инновационных бизнес-моделей в интересах ЦУР, мониторинга и оценки достижения ЦУР и др.

## ИНФОРМИРОВАННОСТЬ / КОММУНИКАЦИИ / РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЗНАНИЙ

Представители компаний достаточно хорошо осведомлены об основных концепциях, инициативах и документах по вопросам устойчивого развития и корпоративной ответственности. Главные источники информации о ЦУР – тематические форумы, мероприятия и ресурсы ООН, Глобального договора ООН, РСПП и других российских бизнес-объединений. Важнейшими форматами взаимодействия заинтересованных сторон по тематике КСО и устойчивого развития остаются форумы, конференции, круглые столы, экспертные обсуждения.

- Консолидация усилий и достижение синергии открытых ресурсов основных заинтересованных игроков (РСПП, ГД ООН и другие)
- Учреждение международного Делового форума по устойчивому развитию и (или) самостоятельных площадок внутри существующих крупных форумов, конференций и др. как новых возможностей для дискуссий и обмена профессиональными мнениями, продвижения актуальных аспектов совершенствования корпоративной практики в целях устойчивого развития, представления международному сообществу позиции ответственного российского бизнеса в новой парадигме устойчивого развития и др.
- Расширение количества практически ориентированных мероприятий для формирования бизнес-компетенций в сфере устойчивого развития и ЦУР (семинары, стажировки, Академия ГД ООН и т.п.)
- Запуск интегрированных онлайн-ресурсов для обмена информацией, образования и просвещения по вопросам устойчивого развития и ЦУР

## СОДЕЙСТВИЕ СО СТОРОНЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ СЕТИ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРА ООН

Национальная сеть ГД ООН как представительство крупнейшей международной инициативы ООН в сфере корпоративной ответственности и устойчивого развития признается одной из важнейших площадок для вовлечения российского бизнеса в достижение ЦУР.

В качестве основных преимуществ участия в деятельности ГД ООН российские компании отмечают:

- 1** Обмен опытом в сфере КСО и устойчивого развития
- 2** Укрепление деловой репутации
- 3** Образование, повышение компетенций в сфере КСО и устойчивого развития
- 4** Повышение внутренней эффективности работы компании в контексте устойчивого развития
- 5** Участие в программах и проектах, направленных на рост деловой культуры в сфере КСО и устойчивого развития в России

- Повышение эффективности (интенсивности) совместной работы, дискуссий и диалогов на площадке национальной сети ГД ООН по вопросам участия российского бизнеса в достижении ЦУР
- Вовлечение широкого круга представителей российского бизнеса в реализацию тематических программ и проектов национальной сети ГД ООН
- Разработка и реализация на площадке национальной сети ГД ООН программы коллективных действий, направленной на содействие российскому бизнесу в достижении ЦУР
- Расширение линейки информационно-аналитических и методических материалов ГД ООН в России
- Настройка новых программ и проектов национальной сети ГД ООН с учетом выявленных наиболее интересных для компаний направлений сотрудничества, а именно:
  - диалоги с заинтересованными сторонами
  - ответственность бизнеса как конкурентное преимущество
  - энерго- и ресурсоэффективность
  - устойчивое развитие городов и регионов
  - ответственное производство и потребление
  - отчетность об устойчивом развитии
  - эколого-климатическая ответственность бизнеса
  - ЦУР как фактор трансформации бизнеса
  - ответственные цепочки поставок
  - положительное воздействие бизнеса
  - зеленая экономика и зеленые инвестиции
  - ответственное финансирование и инвестирование
  - глобальное партнерство в интересах устойчивого развития и др.
- Расширение взаимодействия с бизнесом в наиболее востребованных форматах (организация тематических конференций / круглых столов и т.п.; образовательные программы и проекты; вовлечение специалистов компаний в деятельность рабочих групп / платформ национальной сети и др.)
- Внедрение эффективных и регулярных схем обратной связи для выявления и учета интересов всех заинтересованных сторон

# Список компаний-респондентов (всего 78)

X5 RETAIL GROUP  
 AB INBEV EFES  
 BIOCAD  
 FSC  
 IKEA CENTRES RUSSIA  
 RENAULT РОССИЯ  
 TELE2  
 TETRA PAK  
 UNILEVER  
 UPM  
 АРХИТЕКТУРА, ИНЖИНИРИНГ, МОНТАЖ  
 АТОМРЕДМЕТЗОЛОТО  
 АТОМСТРОЙЭКСПОРТ  
 БАЛТИКА  
 БАНК ВТБ  
 ВНЕШЭКОНОМБАНК  
 ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА  
 ВОЗДУШНЫЕ ВОРОТА СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ  
 ВЫМПЕЛКОМ  
 ГАЗПРОМ НЕФТЬ

ГАЗПРОМ  
 ГАРДЪ  
 ГОТЭК  
 ДВИЖ  
 ЕВРАЗХОЛДИНГ  
 КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ  
 КОНЦЕРН РОСЭНЕРГОАТОМ  
 ЛАБИНСКАЯ АВТОКОЛОННА № 1197  
 ЛЕРУА МЕРЛЕН ВОСТОК  
 ЛУКОЙЛ  
 МАГМА  
 МЕГАФОН  
 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНК  
 МЕТАЛЛОИНВЕСТ  
 МИШЛЕН  
 МОЭК  
 МТС  
 НЕСТЛЕ РОССИЯ  
 НИКА СТРОЙ ИНВЕСТ  
 НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ

НЛМК  
 НОВАРД  
 ОБЪЕДИНЕННАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ  
 ОБЪЕДИНЕННАЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ  
 ОПТИКОМ  
 ПЕРВАЯ ГРУЗОВАЯ КОМПАНИЯ  
 ПИРЕЛЛИ ТАЙР РУССИЯ  
 ПОЛИМЕТАЛЛ  
 ПРОМЫШЛЕННО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ХОЛДИНГ  
 РЕММОНТАЖ  
 РЖД  
 РОСАТОМ  
 РОСНАНО  
 РОСНЕФТЬ  
 РОСТЕЛЕКОМ  
 РУСАЛ  
 РУСС-ИНВЕСТ  
 РУСГИДРО  
 РУССКАЯ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННАЯ КОМПАНИЯ  
 САХАЛИН ЭНЕРДЖИ

[www.globalcompact.ru](http://www.globalcompact.ru)

СЕВЕРСТАЛЬ  
 СЕГЕЖА  
 СЕН-ГОБЕН СТРОИТЕЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ РУС  
 СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ  
 СИБУР  
 СИСТЕМА  
 СОВИТЕК РУС  
 СТОЛИЧНАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ  
 СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ ЭЛЕКТРОСВЯЗЬ  
 ТЕХНО  
 ТЕХСНАБЭКСПОРТ  
 ФАБЕР  
 ФИЛИП MORRIS СЭЙЛЗ ЭНД МАРКЕТИНГ  
 ЭКОСИТИ  
 ЭКСОН НЕФТЕГАЗ ЛИМИТЕД  
 ЭНЕЛ РОССИЯ  
 ЭТАЛОН

+ 1 >> Компания не указала название при заполнении анкеты, но анкета заполнена корректно

## Цели устойчивого развития



[www.globalcompact.ru](http://www.globalcompact.ru)