



Задачи в области ЦУР, 2019 год

Создание стратегии устойчивого развития

Как цели в области устойчивого развития могут помочь бизнесу в решении глобальных проблем



www.pwc.com/sdgchallenge

Содержание

Об авторах	2
Введение	3
Краткое содержание	5
Краткое изложение результатов	7
Почему цели в области устойчивого развития важны для бизнеса	8
Как мы проводили исследование	11
Создание стратегии устойчивого развития	12
Трансформация систем и достижение ЦУР	14
Основные выводы	16
Достижение отдельных целей	19
На скольких целях необходимо сосредоточиться?	24
Выбор правильных целей	28
Принятие подхода, ориентированного на решение задач в области ЦУР	31
Перевод слов в действия – вопрос амбиций	33
Заключение	35
Методология исследования	37
Выражение признательности и благодарности	41
Контактная информация	43
Дополнительные материалы	45

Об авторах

Луиза является директором практики международной сети PwC по оказанию услуг в сфере устойчивого развития и руководит ее работой в ракурсе целей устойчивого развития (ЦУР). Эта работа включает в себя разработку инструмента диагностики SDG Navigator и его общедоступной интернет-версии SDG Selector, а также руководства SDG Guide for Business. Луиза была соавтором публикации UNPRI (Принципы ответственного инвестирования ООН) «Обоснование инвестиций в ЦУР», а также работала вместе с группой поддержки Платформы действий UNGC/GRI (Глобальный договор ООН/ Глобальная инициатива по отчетности) над вопросами ЦУР и ее публикацией «Отчетность бизнеса по ЦУР: анализ целей и задач». Луиза является членом Консультативного комитета по ЦУР UNPRI, Комитета по вопросам устойчивого развития ICAEW (Институт дипломированных бухгалтеров Англии и Уэльса) и Консультативного комитета по влиянию инвестиций BVCA (Ассоциация венчурных фондов Великобритании).



Луиза Скотт

Руководитель международной практики оказания услуг в области ЦУР, PwC в Великобритании

Алан Макгилл руководит международной практикой оказания услуг по подготовке отчетности и аудиту в области устойчивого развития, специализируясь на составлении стратегической отчетности и аудите нефинансовой информации организаций. Он помогает организациям повышать результативность их бизнеса и увеличивать его стоимость в долгосрочной перспективе на базе многокомпонентного капитала путем разработки стратегии устойчивого развития, управления эффективностью, подготовки отчетности и ее аудита. Алан руководит обсуждением в сети PwC вопроса интеграции концепции устойчивого развития в управленческую и основную внешнюю отчетность, а также в проведение всестороннего аудита.



Алан Макгилл

Партнер, PwC в Великобритании

Введение

На фоне растущего неравенства благосостояния и появления прорывных технологий, демографических проблем и набирающего обороты популизма, изменения климата и слабеющего доверия к социальным институтам руководителям во всем мире пора объединить усилия и сообща добиваться достижения целей в области устойчивого развития.

Численность населения планеты может достигнуть 8,5 млрд к 2030 году, при этом растет средняя продолжительность жизни¹. По оценкам, 1,1 млрд человек (что составляет почти 20 % мирового населения) живут без каких-либо документов, удостоверяющих личность, и не имеют доступа к банковским счетам или государственным услугам, таким как образование и здравоохранение². Отсутствие документов, удостоверяющих личность, также делает людей уязвимыми для торговли людьми, которая сейчас среди видов преступной деятельности занимает третье место в мире по прибыльности.

Повышается уровень автоматизации предприятий. Новые бизнес-модели на базе технологий трансформируют целые отрасли, капитал заменяет людей, и, по нашим оценкам, 30% рабочих мест в Великобритании, 38% в США, 35% в Германии и 21% в Японии могут быть автоматизированы к началу 2030-х гг.³ Сюда можно добавить 53% работников, считающих, что автоматизация существенно изменит их работу или сделает ее ненужной в следующие десять лет⁴.

Люди живут дольше, но не всегда в тех условиях или с уровнем благосостояния, которых они ожидают. Стоимость здравоохранения растет каждый год, страны мира в совокупности тратят на него 8,4 трлн долларов США⁵, что требует изменить подход к здравоохранению⁶.

Все больше совершенно новых ожиданий возлагается на отрасли и компании в таких сферах, как изменение климата, дефицит ресурсов и технологический прогресс.

Это лишь часть глобальных тенденций и основных проблем⁷, которым мы в PwC уделяем большое внимание и которые мы готовы помочь решить. Мы стремимся укрепить доверие в обществе и решить серьезные задачи, поэтому мы придаем такое значение целям в области устойчивого развития (ЦУР), ведь они служат четкой дорожной картой для правительств, бизнеса и общества, чтобы взяться и решить самые актуальные экологические, социальные и экономические проблемы. В частности, именно поэтому для нас так важна наша работа в области прав человека и цифровой идентификации личности любого индивида (задача 16.9 ЦУР).



Роберт Мориц
Президент международной сети
PricewaterhouseCoopers
International Limited

1 Доклад Демографического отдела Департамента по экономическим и социальным вопросам Секретариата ООН (2019). Перспективы роста численности населения в мире, 2019 г., интернет-версия (World Population Prospects 2019, Online Edition) <https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/>

2 Группа Всемирного банка, «Идентификация личности в целях развития», Данные ID4D – глобальная идентификация в цифрах по состоянию на 13 декабря 2019 г., <https://id4d.worldbank.org/global-dataset>

3 Экономические перспективы, PwC в Великобритании, март 2017 г.

4 Инициатива PwC «Новый мир, новые навыки». <https://www.pwc.com/gx/en/issues/upskilling.html>

5 The Business Research Company, 2019 г. Возможности и стратегии развития мирового рынка здравоохранения до 2022 года (Healthcare global market opportunities and strategies to 2022). [https://www.researchandmarkets.com/reports/4787550/healthcare-global-market-opportunities-and?utm_source=BW&utm_medium=PressRelease&utm_code=qfcn4b&utm_cam-paign=1269595+-+The+%2411.9+Trillion+Global+Healthcare+Market%3a+Key+Opportunities+%26+Strategies+\(2014-2022\)&utm_exec=joca220prd](https://www.researchandmarkets.com/reports/4787550/healthcare-global-market-opportunities-and?utm_source=BW&utm_medium=PressRelease&utm_code=qfcn4b&utm_cam-paign=1269595+-+The+%2411.9+Trillion+Global+Healthcare+Market%3a+Key+Opportunities+%26+Strategies+(2014-2022)&utm_exec=joca220prd)

6 Социальные детерминанты здоровья, PwC, <https://www.pwc.com/gx/en/healthcare/pdf/pwc-social-determinants-of-health.pdf>

7 PwC ADAPT, www.pwc.com/gx/en/issues/adapt.html



Прошло четыре года с тех пор, как государства – члены ООН единогласно ратифицировали ЦУР, и поначалу некоторым руководителям компаний вопросы, рассматриваемые в аспекте 17 целей, могли казаться несколько абстрактными и оторванными от основных бизнес-приоритетов. Однако сегодня, когда руководители (наряду с международными инвесторами, регуляторами и другими заинтересованными сторонами) оценивают свое будущее во все более изменчивом и неопределенном мире, все очевиднее становятся возможности роста, связанные с этими целями. Переходя на экономические модели, необходимые для достижения ЦУР, и открывая для себя преимущества ответственной и инклюзивной практики, связанной с ними, мы формируем долгосрочное будущее организаций и общества в целом.

Насколько эффективны сегодня усилия компаний, работающих над достижением ЦУР? На этот вопрос мы надеемся ответить в нашем ежегодном отчете «Задачи в области ЦУР». В этом году мы выпускаем третий отчет с обзором глобального корпоративного подхода к достижению ЦУР, сосредоточив внимание на том, как компании внедряют достижение ЦУР в свои собственные бизнес-стратегии.

Мы считаем такой ракурс важным по двум причинам. На микроуровне ЦУР обеспечивают основу для оценки прогресса в области устойчивого развития, позволяя всем подразделениям организации формировать конкретные КПЭ на базе ЦУР и измерять их. Такой подход, в свою очередь, формирует экономическое обоснование. На макроуровне ЦУР могут служить дорожной картой для организаций и целых отраслей, чтобы осуществить общесистемные изменения, которые помогут подготовить наше общество к будущему.

Наша задача заключается в том, чтобы помочь бизнесу в достижении поставленных целей, побудить людей учиться друг у друга и открыто сотрудничать друг с другом. Делясь результатами наших исследований и советами руководителей компаний по достижению успеха, мы надеемся ускорить эти положительные изменения.

Серьезные изменения должны произойти (и уже начинают происходить) во многих системах, от которых мы все зависим, включая продовольствие, транспорт и образование (в том числе новые знания и навыки для взрослых), городскую жизнь, энергетику и финансы. Для того чтобы эти системы действительно изменились таким образом, чтобы защитить общество и помочь ему процветать, множество других компаний должны поставить ЦУР в центр своей бизнес-стратегии.

Цель данного отчета – пролить свет на то, как бизнес может это сделать. Если сообща мы сможем найти правильный ответ на поставленные вопросы, то все мы сможем надеяться на лучшее будущее.

Краткое содержание

Ближайшее десятилетие – это период достижения целей в области устойчивого развития (ЦУР).

ЦУР в виде перечня 17 глобальных целей, разработанных в качестве дорожной карты для построения мирного, справедливого и равноправного общества, были ратифицированы всеми государствами – членами Организации Объединенных Наций (ООН) в 2015 году как универсальная основа для устойчивого образа жизни и деятельности.

2019 год может хорошо запомниться как год, когда глобальный бизнес получил отрезвляющий сигнал о необходимости устойчивого развития. Множество руководителей компаний были уже убеждены, что им необходимо менять свои методы работы, но для многих других наступил переломный момент. Миллионы людей по всему миру выходили на улицы, протестуя против социального и экономического неравенства, политической коррупции и неспособности бороться с изменением климата. Реагируя на изменения в общественном мнении, все больше правительств и политиков работают над тем, чтобы интегрировать принципы устойчивого развития в основы политики, и признают, что это имеет решающее значение для их дальнейшей «избираемости» (electability). В то же время изменения в настроениях и предпочтениях потребителей побуждают компании разрабатывать более экологичные предложения, чем когда-либо прежде, – будь то продукты питания растительного происхождения, новая мода на экологичную одежду, переход на низкоуглеродные источники энергии или активное внедрение нового парка электромобилей.

Как показывают наши исследования, политикам и руководителям компаний трудно игнорировать эти сдвиги, широко признается тот факт, что настало время активно ориентироваться на ЦУР.

Основную ответственность за достижение поставленных целей несут правительства стран, но без поддержки бизнеса достигнуть их невозможно. Становится все более очевидным, что ближайшие десять лет будут решающими для того, чтобы приступить к действиям, а компании, которые продемонстрируют лидерство в достижении ЦУР, вероятнее всего, получат поддержку своих заинтересованных сторон – инвесторов, регуляторов, потребителей, сотрудников и общества в целом.

Таким образом, учитывая, что именно поставлено на карту для общества в целом и чего мы можем добиться, мы хотели исследовать, как глобальные компании достигают этих целей уже сейчас по истечении почти пяти лет после ратификации.

1 141

компаний участвовало
в исследовании



31

страна



7

отраслей



40

Российских компаний
участвовало в исследовании



5

отраслей



В отчете PwC «Задачи в области ЦУР. Создание стратегии устойчивого развития» за текущий год обращается особое внимание на то, как компании внедряли цели в свою стратегию, и определяется уровень детализации при раскрытии компанией информации о ЦУР. Только когда компании раскрывают детализированные данные и ставят перед собой конкретные цели и задачи на базе ЦУР, бизнес по-настоящему понимает, что необходимо, и устанавливает ключевые показатели эффективности (КПЭ), а также оценивает прогресс.

Призыв к действию для всех компаний

В этом году мы проанализировали опубликованную финансовую отчетность и отчетность в области устойчивого развития 1 141 компании из 31 страны мира в семи отраслях. 40 компаний из России участвовало в этом исследовании. Кроме того, мы провели интервью с руководителями компаний по всему миру, чтобы узнать об их уникальных точках зрения на ЦУР.

С опорой на целенаправленный исследовательский подход мы можем поделиться своими соображениями о том, как компании описывают свое отношение к ЦУР, и, следовательно, показать, что они делают для достижения поставленных целей.

Несмотря на всеобщее признание важности этих целей, пока еще недостаточно ясно, какие конкретные действия должны предприниматься или предпринимаются. Иными словами, усилия и инвестиции не направляются туда, где они больше всего нужны.

Основные результаты включают:

- Почти три четверти компаний (72%) в мире в целом и 55% российских компаний, рассмотренных в нашем исследовании, открыто упоминали ЦУР в своих публичных отчетах.
- Из компаний, упоминавших ЦУР, 59% ссылались на эти цели в своих отчетах в области устойчивого развития, а чуть больше половины (51%) говорили о них в своих годовых отчетах.
- Однако лишь 34% тех, кто упоминал ЦУР (25% всех проанализированных компаний), сделали это в разделах отчетности, посвященных обсуждению бизнес-стратегии. В России 23% всех проанализированных компаний отразили ЦУР в своей публикуемой бизнес-стратегии.
- Конкретные ЦУР упоминаются в 21% заявлений руководителей компаний или председателей советов директоров в мире в целом и (по сравнению с 13% в 2018 году) и в 20% заявлений по России, что наглядно свидетельствует о том, что цели постепенно занимают важное место в повестке дня высшего руководства. (Подобное поведение может быть вызвано регулированием, растущим давлением со стороны инвесторов или перспективной стратегией.)
- В семи исследованных нами отраслях процент компаний, упоминающих ЦУР, был почти одинаковым. Сектор финансовых услуг (74%) лидирует среди остальных с небольшим отрывом. Тем не менее компании, занятые в сфере здравоохранения, рассмотренные в нашем исследовании, были наименее склонны упоминать ЦУР, несмотря на связь между сектором и ЦУР 3 «Хорошее здоровье и благополучие».
- 65% компаний в мире в целом и 45% компаний в России упомянули конкретные цели. «Достойная работа и экономический рост» (ЦУР 8) – самая популярная цель, заявленная бизнесом (как это было в последние два года).
- Только 14% (157 компаний) упомянули конкретные задачи в мире в целом. Из этих 157 компаний 39 % выбирают качественные целевые показатели, а 20% – количественные. Пока только 8% (что составляет лишь 1% от общей выборки) сообщают о количественных индикаторах, чтобы показать свой прогресс в достижении целей.

В России, 5 % упомянули конкретные задачи, 50% выбирают качественные целевые показатели, и 50% – количественные. Пока ни одна компания (0%) не сообщает о количественных индикаторах, чтобы показать свой прогресс в достижении целей.

Как показывает наш анализ, предстоит проделать большую работу, чтобы бизнес мог внести значимый вклад в достижение ЦУР.

Например, за исключением предприятий сектора энергетики, компаниям из большинства других отраслей еще предстоит выработать стратегию, основанную на цели «Недорогостоящая и чистая энергия» (ЦУР 7), несмотря на необходимость быстрой декарбонизации.

Компании начинают уделять первостепенное внимание целям, которые, по их мнению, для них актуальны, но формируется ли у них информированное представление о том, как именно их деятельность влияет на планету и общество? На данный момент некоторые цели, которые кажутся наиболее актуальными для многих секторов, «Сохранение морских экосистем» (ЦУР 14) и «Сохранение экосистем суши» (ЦУР 15), просто не получают того внимания, которого они заслуживают.

В качестве положительных аспектов мы отмечаем, что все больше руководителей компаний работают над достижением поставленных целей. Однако относительно слабый акцент на бизнес-стратегии, ключевых задачах ЦУР и эффективной оценке результативности относительно достижения этих целей свидетельствует о том, что ЦУР все еще не занимают приоритетного места в повестке дня большинства руководителей компаний.

Пора принимать меры.

Краткое изложение результатов



72% в мире в целом и 55% российских компаний упоминают ЦУР в своей отчетности



21% в мире в целом и 20% компаний в России упоминают ЦУР в заявлениях руководителей или председателей советов директоров



25% в мире в целом и 23% компаний в России отразили ЦУР в своей публикуемой бизнес-стратегии



65% в мире в целом и 45% компаний в России упоминают конкретные ЦУР



14% в мире в целом и 5% компаний в России упоминают конкретные задачи ЦУР



1% компаний в мире в целом и 0% в России оценивают результаты своей деятельности относительно конкретных задач ЦУР



Почему цели в области устойчивого развития важны для бизнеса

«Наша цель – высокая доходность для акционеров. Социально ответственная деятельность способствует достижению этой цели. Мы согласовываем наши плановые показатели с шестью тщательно отобранными приоритетными ЦУР. Концентрация на целях работает лучше всего, когда вы хотите, позитивных изменений».

Юсси Песонен, президент и генеральный директор UPM



«Мы продемонстрировали, что борьба с изменением климата и продвижение социальной ответственности совместимы с прибыльным бизнесом. Таким образом, мы смогли принести пользу не только для наших заинтересованным сторонам, но и обществу и окружающей среде. Наша цель – продолжать эту деятельность».

Хосе Игнасио Санчес Галан, президент и генеральный директор Iberdrola, S.A.



При изучении успеха, которого добиваются компании в принятии 17 ЦУР и согласовании с ними своей деятельности, стоит еще раз взглянуть на то, почему в принципе эти цели так важны для бизнеса. Дело не только в том, что они могут помочь в выявлении и управлении рисками, они служат катализатором для инновационной деятельности и создания новых продуктов. ЦУР могут быть мощным инструментом для привлечения и подбора персонала из представителей нового поколения, чьи ценности соответствуют поставленным целям. А цели могут помочь в построении доверительных отношений с широким кругом заинтересованных сторон, включая инвесторов, регулирующие органы, клиентов и потребителей.

Тем не менее многие компании до сих пор не приняли ЦУР, хотя они по праву гордятся и публично отчитываются за свою деятельность в области охраны окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления (ESG). Комплексное принятие ЦУР дает уникальный взгляд на деятельность компании в области устойчивого развития. Оно позволяет компаниям отслеживать свой прогресс в рамках единой системы, понятной различным заинтересованным сторонам, а также позволяет им оспаривать и оценивать бизнес-стратегию как с финансовой, так и с нефинансовой точки зрения.

«В последние годы мы наблюдаем рост интереса к нашей стратегии устойчивого развития не только среди заинтересованных сторон, но и в обществе в целом. Заинтересованные стороны спрашивают о нашем подходе к устойчивому развитию, включая ЦУР: в каких областях мы управляем достижением целей и измеряем успехи, а также как выстраиваем приоритеты?»

Михаэла Чалупкова, директор по устойчивому развитию Группы CEZ, CEZ, a.s.



«Традиционный подход заключался в концентрации внимания на финансовых результатах. Но мы должны понимать, что мы делаем, объективно оценивать нашу деятельность и интегрировать ее с человеческими ценностями, нашей окружающей средой и обществом, где мы работаем и живем. Наши люди действительно чувствуют эту закономерность, и этот вклад действительно важен».

Жан-Паскаль Трикуар, президент Schneider Electric



Для достижения этих целей правительствам стран во всем мире, возможно, придется изменить свою политику и принять нормативно-правовые акты, стимулирующие поведенческие изменения. Наглядным примером может служить принятое в Норвегии в 2016 году решение запретить продажу всех новых автомобилей с двигателями внутреннего сгорания к 2025 году⁸. Для правительств ЦУР предоставляют инструмент, позволяющий оценить более широкое позитивное и негативное воздействие компании на вопросы устойчивого развития, и они имеют ключевое значение для принятия решения о том, может ли компания сохранить свою лицензию на ведение деятельности. В этом отношении ЦУР также могут помочь компаниям предугадать будущие нормативно-правовые требования и принимать необходимые меры с опережением важных изменений законодательства.

Для инвесторов ЦУР предлагают последовательную систему для понимания результатов деятельности в области охраны окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления (ESG), как негативных, так и позитивных, даже если они не дают конкретной методологии для оценки их влияния на индивидуальные инвестиции.

Наше «Исследование по вопросам ответственного инвестирования частного капитала»⁹ показало, что 67% респондентов определили и приоритизировали ЦУР, которые имеют отношение к их инвестициям (по сравнению с 38% в 2016 г.), а для 43 % характерен активный подход к мониторингу и отчетности о результатах деятельности портфельных компаний относительно ЦУР. И не только рынок прямых инвестиций принимает ЦУР. По мере роста заинтересованности в оценке эффективности деятельности в области охраны окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления (ESG), а также инвестиций в социальные изменения, все больше инвестиционных фондов, ориентированных на достижение ЦУР, становятся доступными для инвесторов.

ЦУР также предлагают систему, которую предприятия могут использовать для реагирования на быстро меняющиеся потребительские ожидания и требования, а также для ответа на более широкие экологические, социальные и управленческие вопросы, которые сейчас задаются о процессах производства продукции и предоставления услуг.

⁸ Road Traffic, 1 августа 2018 г., <https://www.roadtraffic-technology.com/features/europe-countries-ban-new-internal-combustion-cars>

⁹ Исследование по вопросам ответственного инвестирования частного капитала, 2019 г., PwC, www.pwc.com/responsibleinvestment



«Сегодня единственный способ обеспечить лучшее будущее – работать над достижением ЦУР, опираясь на бесприоритетную для всех стратегию. Это не один из вариантов, а обязательное условие для того, чтобы приблизиться к благоприятному будущему, работая в одной команде со всеми заинтересованными сторонами».

Мария Исабель Карденас, директор по устойчивому развитию Cementos Argos S.A.



«Сегодня многие из наших акционеров задают вопросы о деятельности в области охраны окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления (ESG), и ЦУР являются частью этого разговора. Я считаю, что ЦУР станут еще более значимой частью этого разговора в ближайшие 12 месяцев».

Фрэнк Хейстеркамп, директор по рынкам капитала и ESG, CRH Plc



Как мы проводили исследование

Чтобы понять, в какой степени компании используют ЦУР и интегрируют их в стратегию и операционную деятельность, мы проанализировали опубликованную отчетность 1 141 компании из 31 страны в семи отраслях экономики. Мы изучили четыре основных вида отчетности компаний: годовой отчет, отчет об устойчивом развитии, заявление генерального директора или председателя совета директоров и краткий стратегический отчет или интегрированный отчет (во многих случаях начало годового отчета).

В ходе исследования мы искали конкретные упоминания ЦУР в отчетности и заявления компаний о приверженности поставленным целям. Мы проанализировали упоминания ЦУР на высшем уровне, установили, определяют ли компании приоритетность индивидуальных целей, а затем – углубляются ли они в определение соответствующих задач для достижения индивидуальных целей.

Нам было интересно узнать, какие компании включают ЦУР в бизнес-стратегию и как они описывают их заинтересованным сторонам. Чтобы изучить этот вопрос, мы попытались выяснить, были ли включены и обсуждаются ли слова «ЦУР», «цели в области устойчивого развития» и «задачи на базе ЦУР» в одном или нескольких разделах публичных отчетов, охватывающих области, связанные со стратегией бизнеса, такие как: цель бизнеса, корпоративное управление, основная бизнес-стратегия, бизнес-модель, ресурсы или нефинансовый капитал (например, человеческий, интеллектуальный, природный, социальный/ связанный с отношениями), риски и возможности, создание стоимости в долгосрочной перспективе, результаты и воздействие.

Нашей задачей было оценить уровень детализации при раскрытии организациями информации о ЦУР исходя из того, что определение задач на базе ЦУР может помочь компаниям определить конкретные действия, необходимые для достижения целей, установления КПЭ и измерения прогресса.

Кроме того, мы провели интервью с 12 руководителями компаний из числа участников нашего исследования, чтобы узнать об их уникальных взглядах на ЦУР. В частности, с такими российскими компаниями как ПАО «МТС» и «Полиметалл».

Дополнительную информацию см. в разделе «Методология исследования», стр. 36.



Создание стратегии устойчивого развития

Правительства во всем мире несут главную ответственность за достижение ЦУР, единогласно ратифицированных в 2015 году 193 государствами – членами Организации Объединенных Наций.

Эти цели представляют собой четкую дорожную карту для правительств, бизнеса и общества по решению к 2030 году наиболее серьезных экологических и социальных проблем в мире. Но для достижения успеха понадобится поддержка бизнеса.

2020-е годы воспринимаются как «десятилетие для достижения результатов»: компании, которые продемонстрируют лидерство, с наибольшей вероятностью получают поддержку инвесторов, регуляторов и общества в ближайшее десятилетие.

Однако существует серьезная, требующая незамедлительных действий проблема, с которой необходимо справиться. Хотя ЦУР играют заметную роль, реальность такова, что в настоящее время ни одна страна не находится на пути к достижению этих целей. Уже прошла почти треть времени, отведенного на достижение ЦУР, но предстоит сделать еще многое для того, чтобы ЦУР были достигнуты.

2019 год вполне может запомниться как переломный момент в деловом мышлении и действиях.

Становится все очевиднее, что, переходя на более ответственные и инклюзивные экономические модели, руководители компаний не только приближают достижение ЦУР, но и создают многообещающие бизнес-возможности, обеспечивая долгосрочное будущее своего бизнеса.

Учитывая необходимость поиска более устойчивого образа жизни и работы, также широко признается, что бизнесу пора возглавить процесс и активнее участвовать в достижении ЦУР.

Уже есть много прекрасных примеров того, как компании демонстрируют лидерство в устойчивом развитии бизнеса. Более 1000 компаний присоединились к инициативам коалиции We Mean Business по борьбе с изменением климата (связанных с достижением научно обоснованных целей и принятием обязательств по 100%-му использованию возобновляемых источников энергии), а свыше 100 ведущих компаний заявили о своем намерении стать первыми предприятиями с нулевым уровнем выбросов, ориентируясь на цель нулевого показателя выбросов к 2050 году и соответствующую трансформацию.

«Роль высшего руководства очень важна в каждой значимой инициативе. В нашем случае генеральный директор одобряет стратегию и политику в области устойчивого развития. Крайне важно, чтобы высшее руководство задавало правильный тон на самом высоком уровне».

Яннос Пантазис, генеральный директор группы, Leptos Calypso Hotels Public Limited



«Правительствам следует ускорить реализацию дорожной карты по достижению ЦУР и устранить препятствия для компаний частного сектора, которые пытаются внести свой вклад в их достижение. Мы ограничены политикой и не можем эффективно продвигаться вперед без регулирования или корректировки политики».

Сомруиди Чаймонгколь, генеральный директор Vanpu PCL



Трансформация систем и достижение ЦУР

Полученные нами основные результаты показывают, что еще многое предстоит сделать для того, чтобы деловое сообщество поддержало правительства в достижении ЦУР. Результаты также показывают, что есть много компаний с серьезным опытом в области устойчивого развития, которые все еще не в полной мере принимают ЦУР. Почему же при всех своих успехах компании должны инвестировать время и энергию для интеграции ЦУР в свою бизнес-стратегию и деятельность?

Причина, по нашему мнению, заключается в том, что ЦУР гораздо больше, чем опыт или репутация той или иной компании в области устойчивого развития. ЦУР – это система координат, задающая направление тому, что многие лидеры в области устойчивого развития, руководители бизнеса и представители органов власти считают сейчас решающим для нашего будущего, то есть трансформации целых систем, лежащих в основе нашей жизни и работы.

Работа, которую в настоящее время проводит Всемирный совет предпринимателей по вопросам устойчивого развития (WBCSD) – организация, возглавляемая генеральными директорами более 200 компаний, объединившихся для ускорения достижения целей в области устойчивого развития, – позволяет сделать вывод о том, что для достижения этих целей необходимы шесть системных преобразований (см. рис. 1. Шесть системных преобразований). Потребуется сотрудничество между отраслями и ведущими предприятиями. Если посмотреть на эти преобразования в комплексе, то становится ясно, насколько взаимосвязаны все проблемы.

«Времени остается все меньше, мир должен последовать нашему примеру и перейти от слов к измеримым действиям».

Хосе Игнасио Санчес Галан, президент и генеральный директор Iberdrola, S.A.

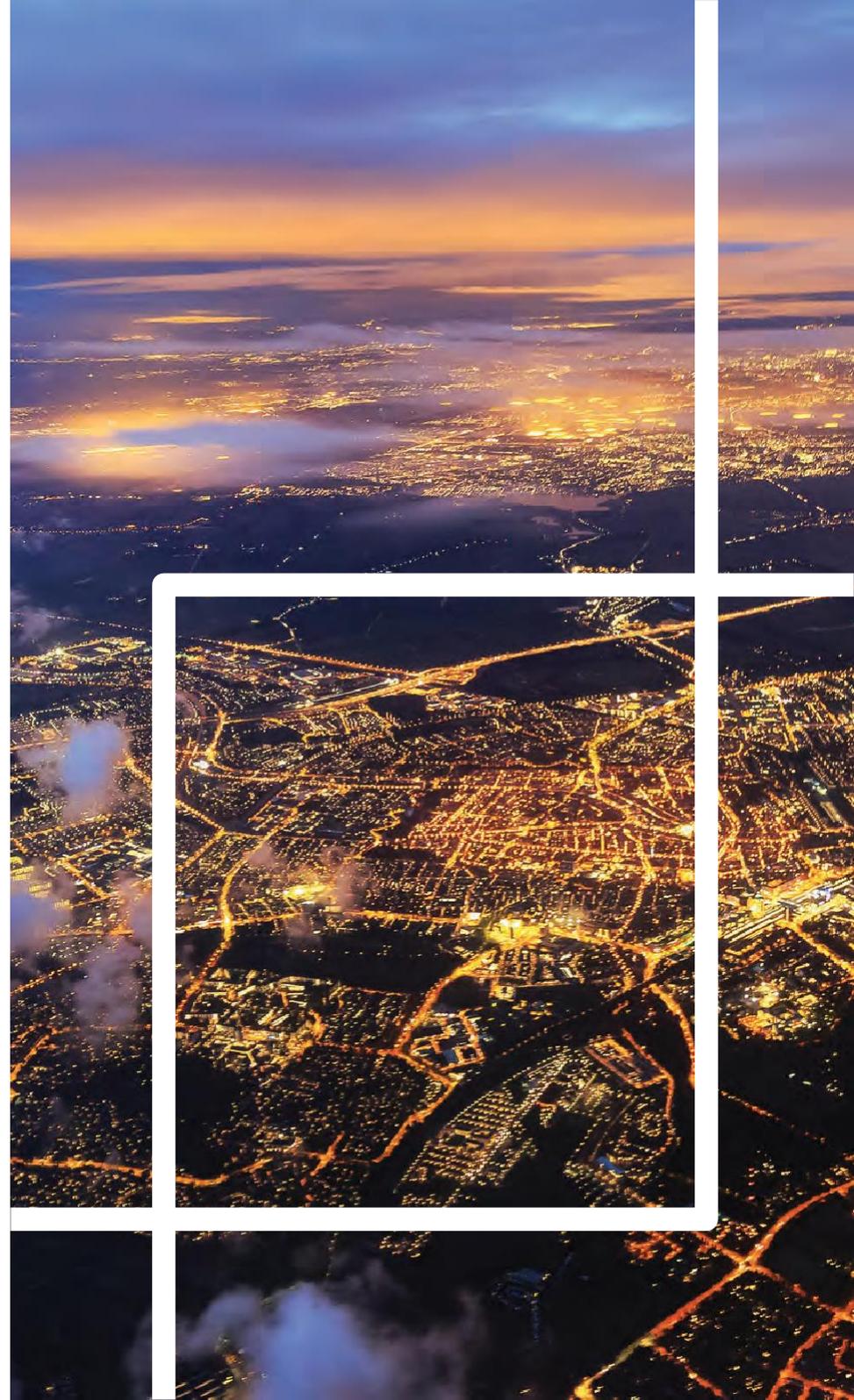


Рисунок 1. Шесть системных преобразований

- 1** **Циркулярная экономика** – переработка и повторное использование ограниченных ресурсов
- 2** **Города и мобильность** – изменение городской среды и общественного транспорта
- 3** **Климат и энергетика** – декарбонизация энергетической системы для борьбы с изменением климата
- 4** **Пищевая промышленность и природа** – устойчивое развитие и повышение экологической безопасности сельского хозяйства и сохранение биоразнообразия, от которого мы зависим
- 5** **Люди** – борьба с неравенством и бедностью
- 6** **Новое определение ценности** – рассмотрение ценности бизнеса в контексте его важности для многочисленных заинтересованных сторон и его социальных и экологических последствий

Акцент на преобразовании целых систем, формирующих основу нашей жизни и работы, – не единичная обособленная точка зрения. Лидеры в области устойчивого развития, руководители бизнеса и представители органов власти все чаще выступают за такой подход.

ЦУР служат системой координат, которая задает направление системным преобразованиям. Однако для осуществления необходимых масштабных изменений предприятиям надлежит сформировать и адаптировать свои стратегии таким образом, чтобы достижение ЦУР обеспечивало общий устойчивый рост. Сюда относится сосредоточенность на продуктах и услугах, которые будут иметь значение для достижения ЦУР, и одновременное выявление и решение вопросов в любых областях, где производимая продукция или операционная деятельность характеризуются отрицательным воздействием.

Компаниям важно действовать последовательно для решения соответствующих задач и реализовывать политику и инициативы в области ЦУР, которые могут быть эффективно измерены относительно таких задач.

Это, в свою очередь, позволит обеспечить уровень ответственности и отчетности, который действительно продемонстрирует инвесторам и другим заинтересованным сторонам, как компании помогают достигать поставленных целей.



Основные выводы

В этом году почти три четверти компаний в мире в целом (72%) и 55% российских компаний, рассмотренных в нашем исследовании, открыто упоминали ЦУР в своих публичных отчетах. Это важно, так как мы увеличили число компаний и стран, рассматриваемых в рамках нашего исследования¹⁰. Данный вывод свидетельствует о хорошем уровне осведомленности и заинтересованности бизнеса во всем мире в достижении целей.

Из компаний, упоминавших ЦУР, 59% ссылались на эти цели в своих отчетах в области устойчивого развития, а чуть больше половины (51%) говорили о них в своих годовых отчетах. Мы также проанализировали, упоминают ли компании ЦУР в разделах отчетности, в которых обсуждается бизнес-стратегия. Лишь 34% компаний поступают таким образом.

Конкретные ЦУР упоминаются в 21% заявлений руководителей организаций или председателей советов директоров в мире в целом (по сравнению с 13% в 2018 году), в России это число составляет 20%. Цели постепенно занимают самое важное место в повестке дня высшего руководства компаний, будь то по причине регулирования, растущего давления со стороны инвесторов или прогрессивной стратегии.

С географической точки зрения были большие различия при рассмотрении доли компаний, упоминающих цели, в разбивке по странам. Компании, рассмотренные нами в Колумбии (97%), Швеции (96%), Дании (94%), Нидерландах (92%), Франции (92%) и Великобритании (91%), лидируют по критерию приверженности ЦУР. Отчасти такой результат может быть обусловлен уровнем вовлеченности в достижение целей на государственном уровне.

В семи исследованных нами отраслях процент компаний, упоминающих ЦУР, был почти одинаковым. Сектор финансовых услуг (74%) с небольшим отрывом лидирует среди остальных, а наименее склонны упоминать ЦУР компании, занятые в сфере здравоохранения.

¹⁰ 2018 г.: 729 компаний, 21 страна; 2019 г.: 1141 компания, 31 страна.

65% компаний упомянули конкретные цели в целом и 45% компаний в России. «Достойная работа и экономический рост» (ЦУР 8) – самая популярная цель, заявленная бизнесом (как это было в последние два года). Популярность данной цели объясняется тем, что большинство компаний рассматривают создание и сохранение рабочих мест в качестве приоритетной задачи. Вместе с тем с географической точки зрения видно, что цели «Сохранение морских экосистем» (ЦУР 14) нет в первой тройке ЦУР, выбранных бизнесом, ни в одной стране. Так существует ли опасность того, что сохранение и защита океанов и морских ресурсов останутся без внимания?

Интеграция целей в бизнес-стратегию имеет решающее значение, и то, как как компании концентрируют свои усилия на 169 задачах¹¹ в основе 17 целей, на наш взгляд, служит хорошим доказательством этого. В текущем году лишь 14% (157 компаний) упомянули конкретные задачи на базе ЦУР. Из этих 157 компаний 39% ставят качественные целевые показатели для достижения задач, а 20% – количественные. Отчетность о прогрессе в выполнении этих задач на базе целевых показателей почти отсутствует, пока только 8% компаний сообщают о количественных показателях, чтобы отразить свой прогресс (что составляет лишь 1% всех рассмотренных нами компаний).

В России, в текущем году лишь 5% (2 компании) упомянули конкретные задачи на базе ЦУР. Из этих 2 компаний 50% ставят качественные целевые показатели для достижения задач, а 50% – количественные. Отчетность о прогрессе в выполнении этих задач на базе целевых показателей отсутствует.

¹¹ Полный перечень задач ЦУР можно найти на платформе знаний Организации Объединенных Наций по целям в области устойчивого развития <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabledevelopmentgoals>



Советы руководителей компаний для успешного достижения ЦУР

Необходимо заручиться поддержкой всех заинтересованных сторон:

- **Обеспечить актуальность.** Необходимо связать бизнес-стратегию с ЦУР. Следует сделать ЦУР частью системы корпоративного управления организации. Интегрируйте ЦУР в цели деятельности компании, ее ценности, корпоративную политику и кодекс этики.
- **Информировать с уровня высшего руководства.** Руководство компании должно говорить о социальных, экологических и финансовых проблемах бизнеса, а также об усилиях по достижению ЦУР, соотнося с ними собственное вознаграждение.
- **Объяснять общую картину.** Необходимо объяснять, что предприятия, которые не принимают ЦУР, в будущем рискуют остаться в аутсайдерах.
- **Анализировать всю цепочку создания стоимости.** Рассмотрите последствия деятельности вашего бизнеса как в начале, так и в конце производственного цикла. Проблемы необходимо решать в корне с учетом долгосрочной перспективы, а также устранять их непосредственные последствия.

Лучшие советы для руководителей компаний:

- **ЦУР как основа.** Включите приоритетные ЦУР в процесс анализа, планирования и ведения бизнеса. Необходимо сделать их частью процесса принятия решений. Интегрируйте их в повседневную жизнь организации – ее культуру, ценности, отношения и вовлеченность сотрудников. Свяжите цели деятельности с пользой, которую компания приносит людям, планете и экономике, и сформулируйте, как это способствует решению конкретных задач в аспекте ЦУР.
- **Освоение инноваций.** Посмотрите на устойчивое развитие через призму инноваций. Используйте ЦУР как систему координат для создания стоимости, которая развивает ваш бизнес и корпоративную стратегию через инновационные проекты в области устойчивого развития.
- **Сотрудничество.** Работайте с правительством, участниками отрасли, учеными и компаниями из других отраслей, чтобы ускорить положительные изменения и избежать дублирования. Создавайте многочисленные альянсы с компаниями из разных отраслей для усиления и расширения вашего влияния.

Успешная реализация:

- **Организационная структура, обеспечивающая поддержку.** Необходимо создать комитет по ЦУР для анализа выполнения КПЭ, установленных для достижения ЦУР, а также для предложения и продвижения новых задач и действий, способствующих достижению поставленных целей.
- **Адаптивность.** Понимание основных вопросов, лежащих в основе регламентов, поможет бизнесу успешно действовать в ракурсе соответствующих тем.
- **Стимулирование успеха.** Увязка переменного вознаграждения руководства с ЦУР будет способствовать решению долгосрочных экологических и социальных задач.
- **Правильный подход к информированию.** Отчет генерального директора перед годовым общим собранием акционеров должен быть структурирован в соответствии с вкладом компании в достижение приоритетных ЦУР. В своих годовых и других отчетах отражайте количественные показатели прогресса.
- **Всеобщее вовлечение.** Следует ознакомить всех сотрудников, руководство и совет директоров с ЦУР.
- **Последовательная, бесперебойная и регулярная коммуникация.** Необходимо признать ЦУР важнейшим приоритетом – по вертикали сверху вниз и снизу вверх, информируйте всех, что компания серьезно относится к тому, чтобы внести вклад в достижение целей, которые для нее актуальны.
- **ЦУР должны стать частью повседневной работы.** Если не сделать ЦУР частью повседневной работы, компания может упустить огромные возможности для достижения нужного результата.

Следует избегать:

- **Исключительно краткосрочного мышления.** Бизнес нуждается в краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных решениях и планах действий.
- **Подхода, основанного только на корпоративной ответственности (CR).** Составление карты (мэппинг) ЦУР в рамках деятельности в области корпоративной ответственности без выстраивания приоритетов не позволит добиться необходимых изменений или внести значимый вклад в достижение целей.
- **Обсуждения только целей.** Бизнес должен формулировать задачи на базе ЦУР и отчитываться о результатах своей деятельности в соответствии с ними для достижения поставленных целей.



Достижение отдельных целей

Почти две трети (65%) проанализированных нами компаний в мире в целом и 45% компаний в России указывают конкретные ЦУР, то есть они хотя бы в какой-то мере попытались определить цели, наиболее значимые для их бизнеса и имеющие социальную ценность.

В изученных нами отчетах компаний тремя наиболее часто упоминаемыми целями являются: достойная работа и экономический рост (ЦУР 8), борьба с изменением климата (ЦУР 13) и ответственное потребление и производство (ЦУР 12). Это совпадает с ответом на вопрос о том, какие цели (при наличии таковых) компании считают приоритетными, в отчете 2018 года. Наименьшего внимания компаний удостоиваются следующие задачи: ликвидация голода (ЦУР 2), сохранение морских экосистем (ЦУР 14), ликвидация нищеты (ЦУР 1) и сохранение экосистем суши (ЦУР 15). Это в некоторой степени совпадает с результатами, представленными в отчете SDSN¹², в котором указывается, что в среднем по странам самые низкие показатели наблюдаются по задачам сохранения морских экосистем (ЦУР 14) и сохранения экосистем суши (ЦУР 15). В России тремя наиболее часто упоминаемыми целями являются: достойная работа и экономический рост (ЦУР 8), качественное образование (ЦУР 4), устойчивые города и населенные пункты (ЦУР 11). Наименьшего внимания компаний привлекают следующие задачи: сохранение морских экосистем (ЦУР 14), ликвидация голода (ЦУР 2), ликвидация нищеты (ЦУР 1). Это в некоторой степени совпадает с результатами в отчете 2018 года.

Вызывает оптимизм, что борьба с изменением климата (ЦУР 13) вошла в тройку важнейших целей компаний во всех странах, кроме одной. К сожалению, цель «Сохранение морских экосистем» (ЦУР 14) не включалась в три важнейшие цели компаний ни в одной из стран нашей выборки.

Данные о выборе отдельных ЦУР выглядят более информативно, если посмотреть на них в отраслевом разрезе. Похоже, компании выбирают цели, самым непосредственным образом влияющие на их деятельность (см. рис. 3. Выбор ЦУР по отраслям).

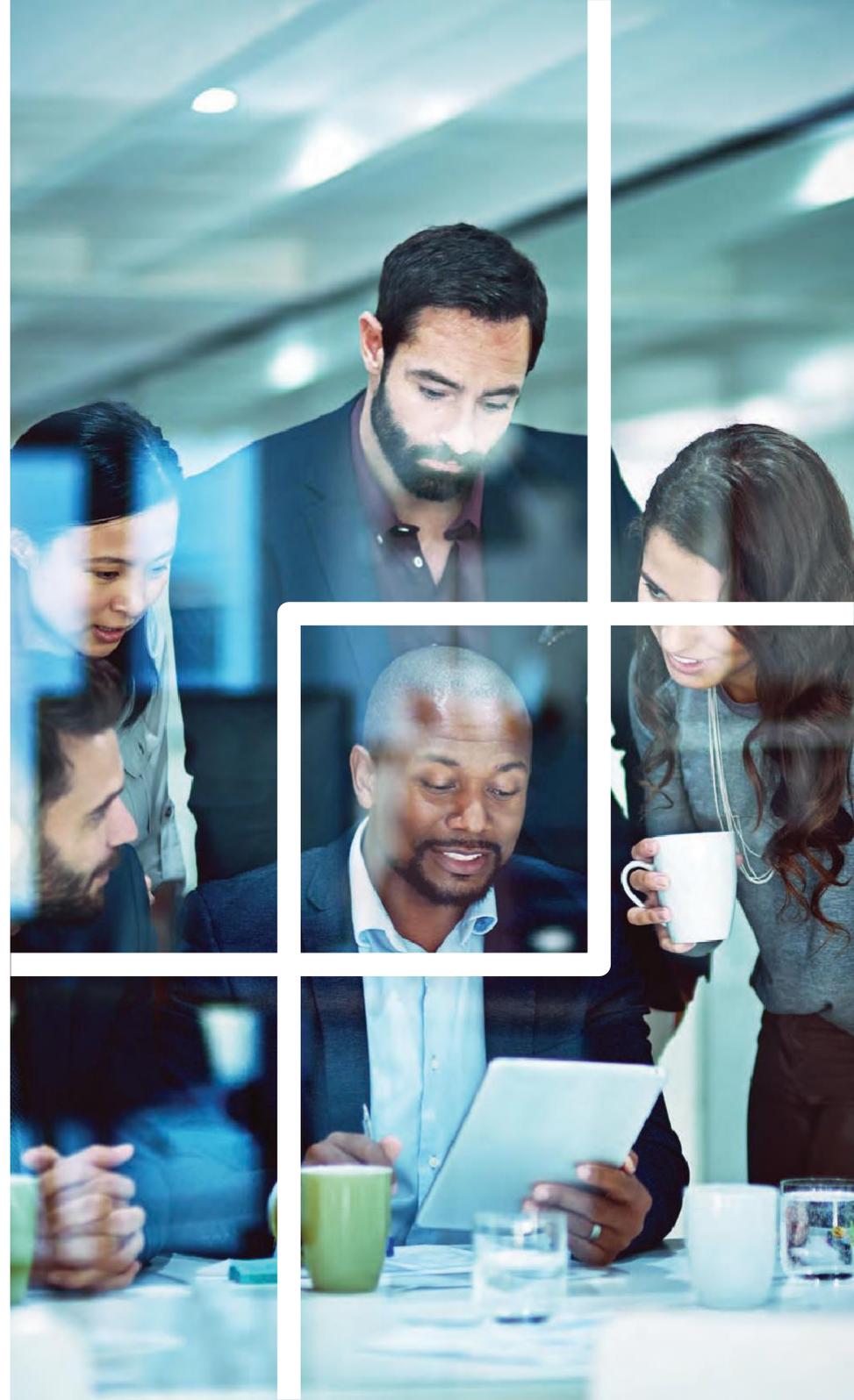
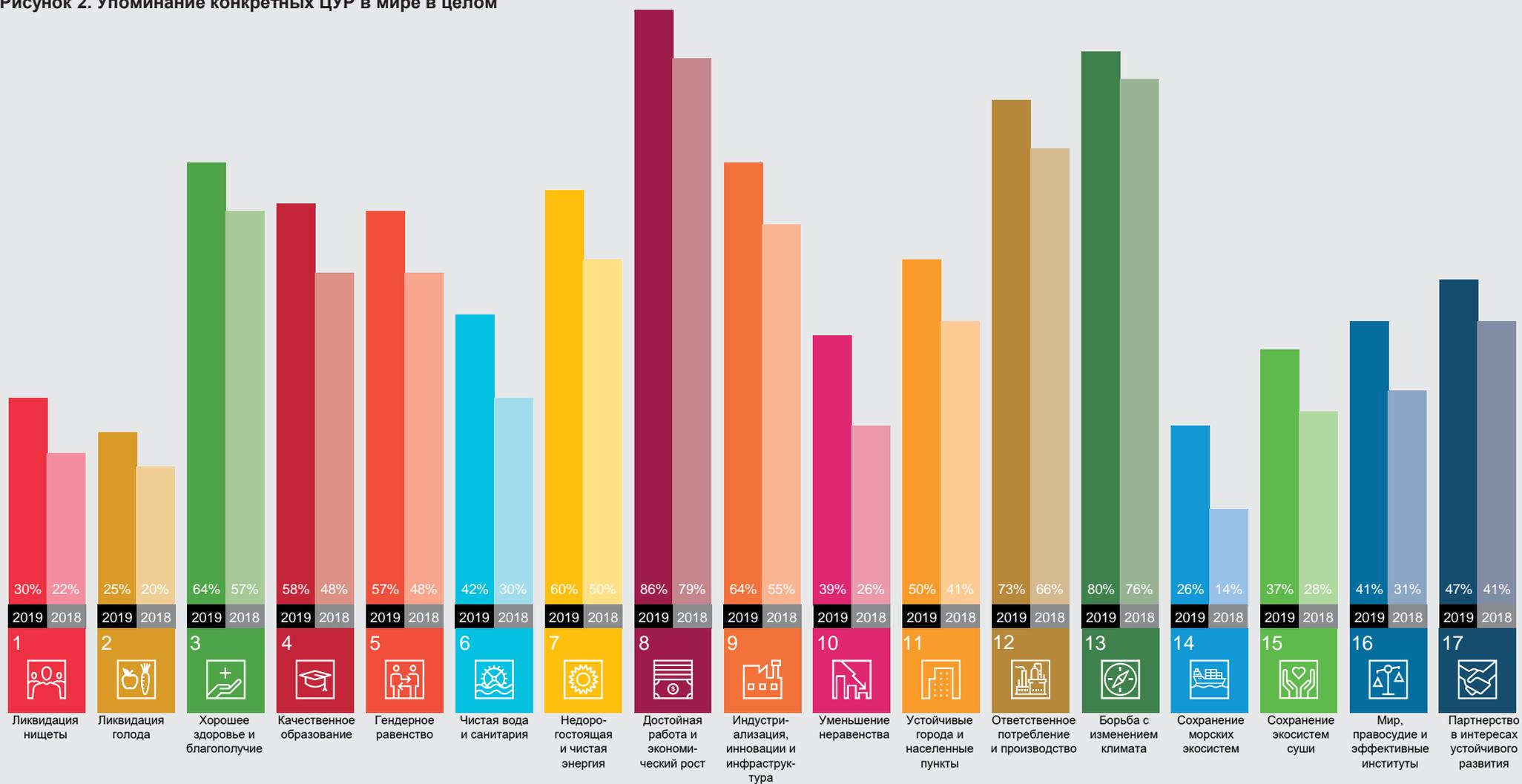


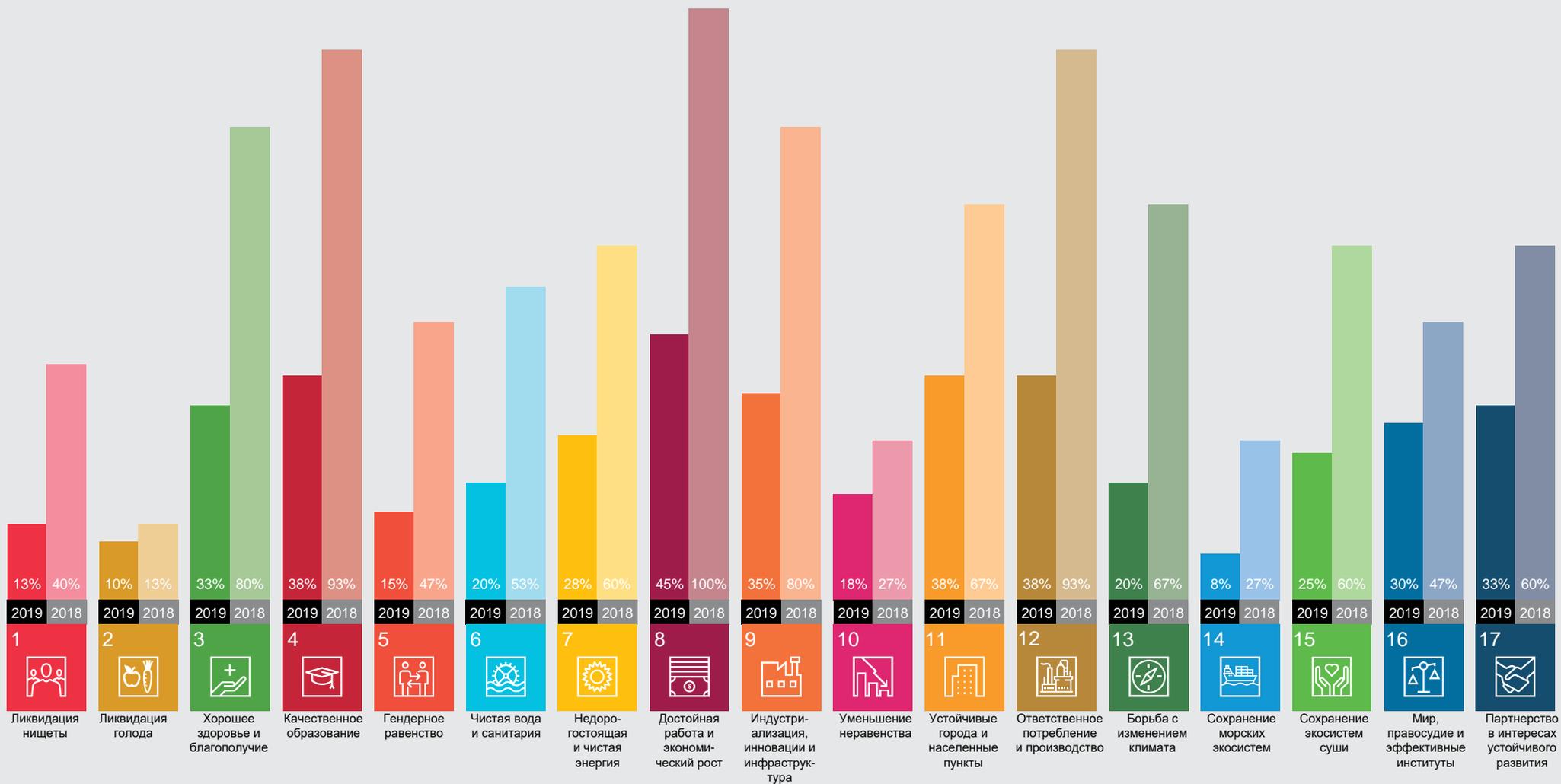
Рисунок 2. Упоминание конкретных ЦУР в мире в целом



Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2018 и 2019 гг.

База опроса: 2018 г.: компании с приоритетными ЦУР (362), 2019 г.: компании, которые упоминали конкретные ЦУР (737)

Рисунок 3: Упоминание конкретных ЦУР в России



Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2018 и 2019 гг.

База опроса: 2018 г.: компании с приоритетными ЦУР (362), 2019 г.: компании, которые упоминали конкретные ЦУР (737)

«Нашу компанию считают одним из активных участников создания решений в области устойчивого развития, но если мы будем воспринимать это как данность, то упустим из виду общую цель нашей отрасли. Вопрос в том, как сделать так, чтобы все компании нашей отрасли активно работали в этом направлении и непрерывно совершенствовались? Мы не можем просто поставить перед собой несколько целей устойчивого развития и забыть об остальных».

Паси Лейн, президент и генеральный директор Valmet



Компании топливно-энергетического комплекса и добывающей промышленности концентрируются на целях борьбы с изменением климата (ЦУР 13) и недорогостоящей и чистой энергии (ЦУР 7).

А что происходит в других отраслях? Некоторые крупнейшие мировые компании уделяют все больше внимания необходимости достижения нулевого уровня выбросов к 2050 году и соответствующей трансформации энергетической системы, однако ни одна другая отраслевая группа не включает ЦУР 7 в свои основные пять целей.

Отрасль производства потребительских товаров ставит на первое место ответственное потребление и производство (ЦУР 12) и хорошее здоровье и благополучие (ЦУР 3). Отрасль технологий, СМИ и телекоммуникаций в качестве приоритетной цели определяет качественное образование (ЦУР 4), что отражает социальные инициативы в области образования по направлению науки, технологий, инженерии, математики (STEM), продвигаемые данным сектором все последнее десятилетие. Эти компании понимают, что повышение качества образования – залог их дальнейшего процветания.

Другие сектора выглядят менее сосредоточенными на определенных целях, но, возможно, они еще не в полной мере осознали, какие возможности здесь таятся. Вообще из нашего исследования следует, что последние три года наиболее достижимой из целей устойчивого развития представляется достойная работа и экономический рост (ЦУР 8). А как обстоят дела с ответственным потреблением и производством (ЦУР 12)? Всего 60 % компаний сектора финансовых услуг определяют для себя такую цель, несмотря на то, что данный сектор призван сыграть решающую роль в финансировании циркулярной экономики, а также инициатив по производству экологически чистых продуктов питания и переходу на низкоуглеродный транспорт.

Рисунок 3. Выбор ЦУР по отраслям в России

	Суммарный глобальный показатель	Производство потребительских товаров	ТЭК и добывающая промышленность	Финансовые услуги	Промышленное производство и автомобилестроение	Технологии, СМИ и телекоммуникации
1	8 Достойная работа и экономический рост	8 Достойная работа и экономический рост	13 Борьба с изменением климата	8 Достойная работа и экономический рост	8 Достойная работа и экономический рост	8 Достойная работа и экономический рост
2	13 Борьба с изменением климата	12 Ответственное потребление и производство	8 Достойная работа и экономический рост	13 Борьба с изменением климата	12 Ответственное потребление и производство	13 Борьба с изменением климата
3	12 Ответственное потребление и производство	13 Борьба с изменением климата	7 Недорогостоящая и чистая энергия	4 Качественное образование	13 Борьба с изменением климата	4 Качественное образование
4	3 Хорошее здоровье и благополучие	3 Хорошее здоровье и благополучие	9 Индустриализация, инновации и инфраструктура	5 Гендерное равенство	3 Хорошее здоровье и благополучие	9 Индустриализация, инновации и инфраструктура
5	9 Индустриализация, инновации и инфраструктура	6 Чистая вода и санитария	12 Ответственное потребление и производство	9 Индустриализация, инновации и инфраструктура	3 Хорошее здоровье и благополучие	9 Индустриализация, инновации и инфраструктура

Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2019 г.

База опроса: компании, которые упоминали конкретные ЦУР (737); производство потребительских товаров (143), ТЭК и добывающая промышленность (167), финансовые услуги (150), промышленное производство и автомобилестроение (167), технологии, СМИ и телекоммуникации (93)

Пока что создается впечатление, что, хотя все сектора реагируют на те цели, которые представляются актуальными для них, многое еще предстоит сделать для выявления возможностей ЦУР, которые принесли бы дополнительную пользу обществу и бизнесу в области устойчивого развития.

Отрадно видеть, что компании продолжают совершенствовать анализ приоритетных ЦУР. Хотя сохранение морских экосистем (ЦУР 14) по-прежнему упоминается реже всего, об этой цели теперь говорит более четверти компаний – серьезный шаг вперед по сравнению с 14 % респондентов, которые отнесли данную цель к приоритетным в прошлом году. По сравнению с 2017 годом во всем мире резко выросла озабоченность потребителей и правительств в связи с объемом пластика в наших океанах. Стремясь избежать риска для своей репутации и продемонстрировать приверженность защите окружающей среды, компании, ориентированные на потребителей, и компании сектора B2B бросились разрабатывать политику по снижению используемого ими пластика.

Интересно сравнить результаты текущего года с тем, что показало наше исследование компаний в 2015 году, когда 986 руководителей выбирали цели, по которым они видят наиболее широкие возможности, и определяли цели, которые могут в наибольшей степени повлиять на них¹³.

В большинстве случаев компании в каждом из выделенных нами секторов установили приоритетные ЦУР, аналогичные тем, которые были определены в нашем опросе 2015 года как имеющие наиболее высокий потенциал, хотя и с некоторым изменением в порядке значимости. Самое большое удивление вызвало то, что недорогостоящая и чистая энергия (ЦУР 7) стала менее значимой целью для компаний ТЭК и добывающей промышленности и исчезла из пяти важнейших целей для секторов промышленного производства, автомобилестроения, технологий, СМИ и телекоммуникаций. Если же говорить о неизменных приоритетах, то все отрасли в обоих исследованиях отдают высокий приоритет достойной работе и экономическому росту (ЦУР 8).

«Для того чтобы добиться необходимых нам изменений, требуется сотрудничество всех отраслей, и поэтому мы стремимся не только встроить ЦУР в деятельность нашей собственной компании, но и продвигать их на международном уровне».

Пам Бетти, вице-президент по корпоративной ответственности Burberry





На скольких целях необходимо сосредоточиться?

Компании пока не определились с тем, на скольких целях им следует сосредоточиться. Выделить только те цели, которые наиболее актуальны для их деятельности, или посмотреть шире на всю цепочку создания стоимости и на роль компании в обществе? Наш анализ показывает, что компании скорее склоняются к более широкому подходу.

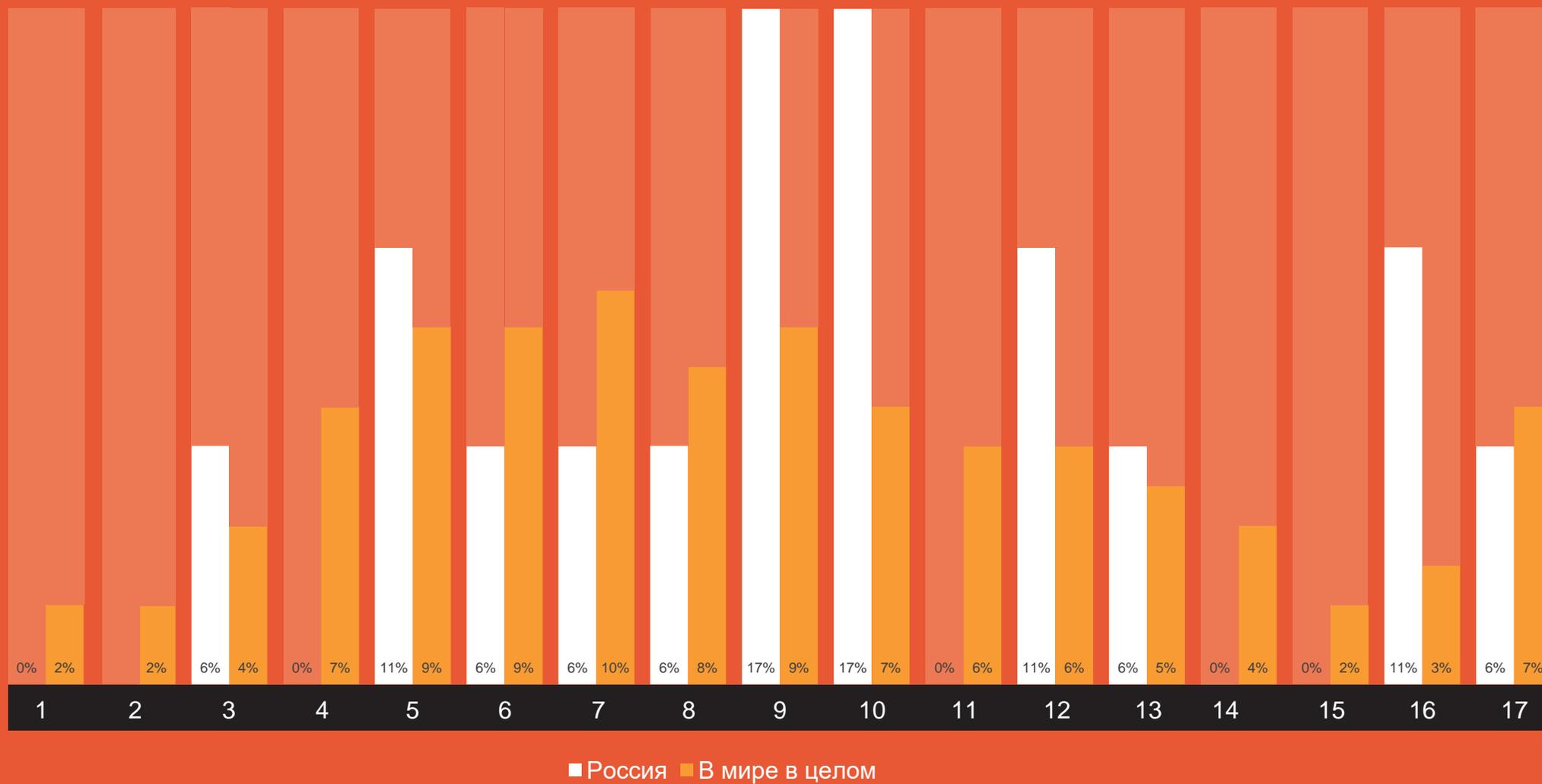
Из 737 компаний, упомянувших конкретные ЦУР, среднее число упоминаемых целей составляет 9. В России из 18 компаний, упомянувших конкретные ЦУР, среднее число упоминаемых целей составляет 10 (см. рис. 4. Количество ЦУР, упоминаемых в публикуемой отчетности). Это довольно много для целей, на которых намерены сосредоточиться отдельные компании, и такой вывод представляется еще более обоснованным, если учесть, что из 820 компаний, упомянувших ЦУР, только 34% отразили такие цели в своей публикуемой бизнес-стратегии (см. раздел «Методология исследования» на стр. 36, в котором дано объяснение бизнес-стратегии).

«ЦУР объединяют людей для решения важных вопросов. Это позволяет развивать сотрудничество и обмениваться знаниями в беспрецедентных масштабах. Нам не надо бояться избавляться от избыточной информации».

Дарья Гончарова, директор по устойчивому развитию Polymetal international



Рисунок 4. Количество ЦУР, упоминаемых в публикуемой отчетности



Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2019 г.

База опроса: компании, которые упоминали конкретные ЦУР (737)

Среднее количество упоминаемых ЦУР – 9 в мире в целом, 10 в России.

«Очень важно вести мониторинг.

Мы ведем мониторинг проекта, устанавливая показатели эффективности, по которым будут отчитываться команды, – обычно это делается ежемесячно...

Успешная реализация проекта зависит не только от мониторинга, но и от наличия обратной связи и гибкости. Сначала показатель эффективности может не охватывать весь объем задачи, но постепенно мы активизируем усилия».

Ратиан Шримонгкол, генеральный директор
Krungthai Card PCL



Как же компаниям удостовериться в том, что их готовность взяться за реализацию многочисленных ЦУР соответствует бизнес-стратегии? И как им обеспечить свою защиту от неисполнения взятых на себя обязательств?

Ответ сводится к тому, чтобы использовать ЦУР в качестве основы для демонстрации того, каким образом устойчивое развитие позволяет достичь коммерческих целей и одновременно принести пользу обществу. Таким образом компании смогут переубедить те части организации, которые в прошлом считали устойчивое развитие дополнительной нагрузкой, не имеющей отношения к основному бизнесу, и показать инвесторам реальную ценность бизнес-стратегии, привязанной к таким целям.

Как это сделать? Сначала надо определить, какие действия вы можете предпринять, а потом подумать о соответствующих целях. Оценивать показатели по всем 169 целям будет непросто (хотя бы потому, что многие из них касаются действий государства, а не бизнеса). Например, деятельность компании может оказывать очевидное воздействие на наличие чистой воды и санитарии (ЦУР 6), но только одна из шести задач по этой цели (6.4 «существенно повысить эффективность водопользования») может быть актуальной для нее.

Точно понимая, какие именно задачи актуальны для коммерческой деятельности, руководство сможет использовать их для определения внутренних бизнес-целей компании, а затем устанавливать наилучшие показатели для оценки и отчетности по их достижению.

«Мы поставили перед собой цели и теперь работаем над их достижением. Высшее руководство обязано включать цели устойчивого развития в общие стратегические цели Группы CEZ. Если совет директоров не внесет устойчивое развитие в свою повестку дня, то это затруднит всю системную работу с сотрудниками. Именно поэтому директор по устойчивому развитию Группы CEZ контролирует данный вопрос на высшем руководящем уровне».

Михаэла Чалупкова, директор по устойчивому развитию Группы CEZ, CEZ, a.s.



Выбор правильных целей

Для того чтобы организовать процесс достижения утвержденных ЦУР, требуется много усилий и исследовательской работы, а также экспертный анализ. Одна из главных проблем заключается в том, что задачи были сформулированы для государств, а компаниям необходимо определенным образом интерпретировать данные задачи для привязки к своей деятельности. При этом те или иные задачи окажутся для них более релевантными, чем другие. Для многих компаний это подразумевает проведение детального анализа.



Только

14%

из проанализированных компаний (157)
указали конкретные задачи в области
ЦУР

В России только

5%

из проанализированных компаний (40)
указали конкретные задачи в области
ЦУР

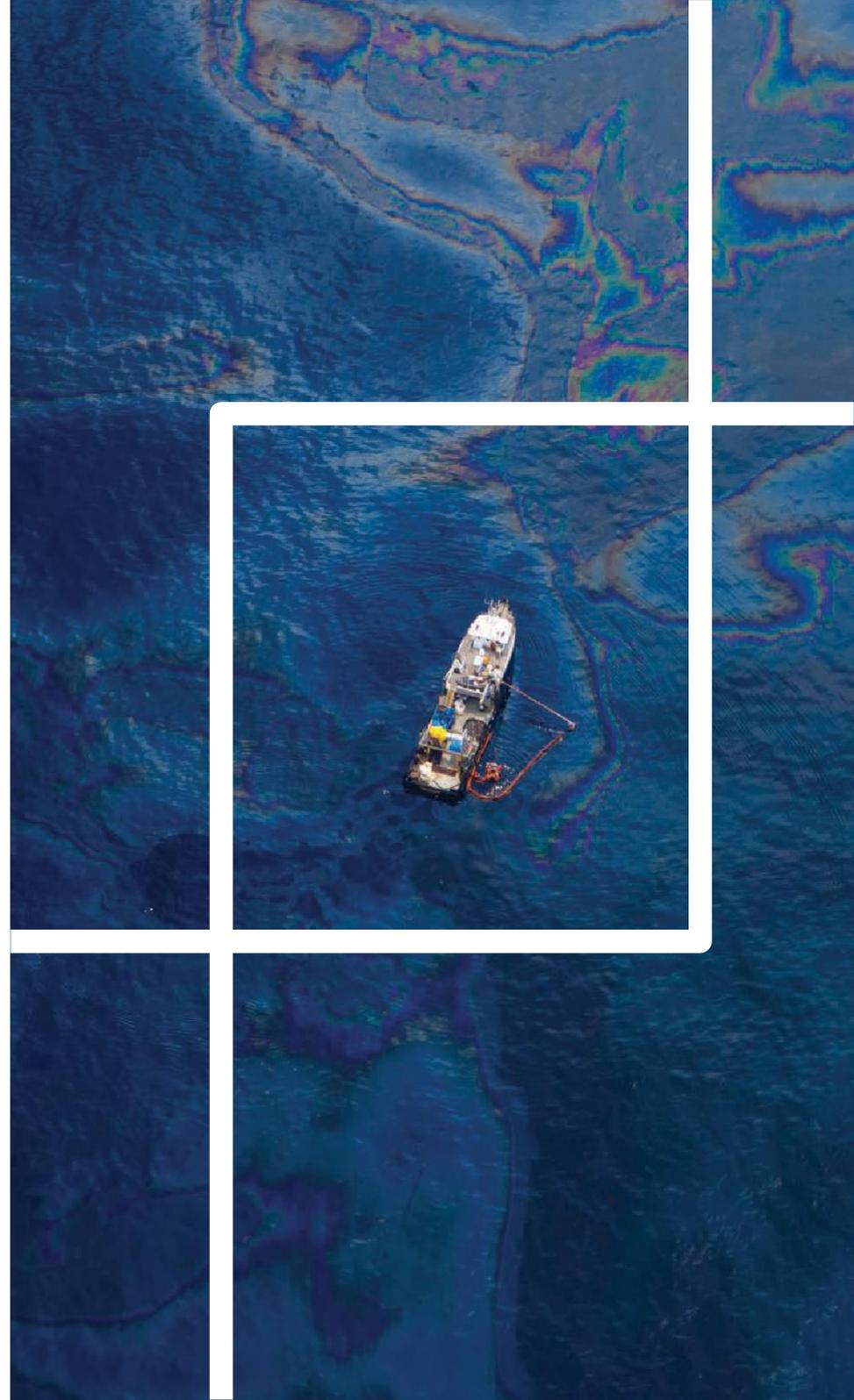
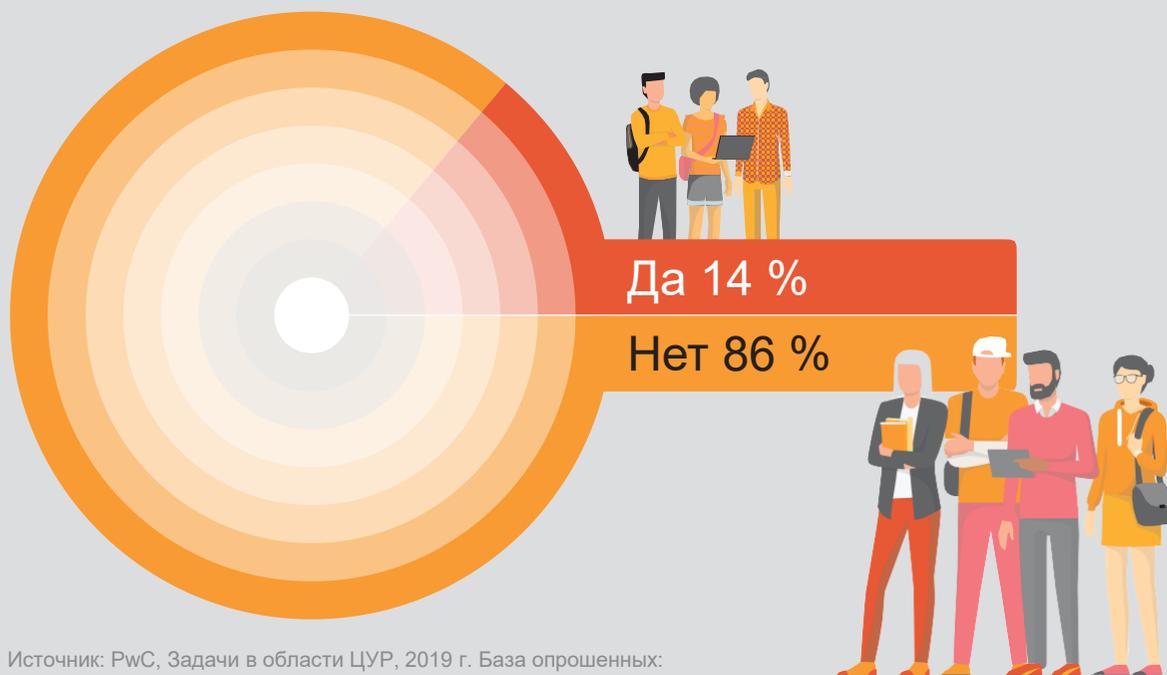


Рисунок 5. Упомянула ли компания конкретные задачи?



Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2019 г. База опрошенных: все компании (1 141)

Чаще всего компании упоминали задачу 8.8 «Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся-мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости». Задача 12.5 «К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию» стоит на втором месте (см. рис. 6. Десять наиболее часто упоминаемых задач ЦУР).

Обе эти задачи во многом соотносятся с типичными стратегиями в области корпоративного управления и охраны окружающей среды крупнейших компаний, что подтверждает, насколько многие из задач ЦУР сегодня актуальны для бизнеса.

Касается это и задачи, расположившейся на третьей строчке рейтинга, – 8.5 «К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности». На четвертом месте задача 7.2 «К 2030 году значительно увеличить долю энергии из возобновляемых источников в мировом энергетическом балансе». Именно этой задаче в последние годы отдают приоритет многие компании.

Рисунок 6. Десять наиболее часто упоминаемых задач ЦУР

8.8 Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся-мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости.	1	8. Достойная работа И экономический рост	51 %	
12.5 К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию.	2	12. Ответственное потребление И производство	50 %	
8.5 К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности.	3	8. Достойная работа И экономический рост	41 %	
7.2 К 2030 году значительно увеличить долю энергии из возобновляемых источников в мировом энергетическом балансе.	4	7. Недорогостоящая и Чистая энергия	41 %	
13.1 Повысить сопротивляемость и способность адаптироваться к опасным климатическим явлениям и стихийным бедствиям во всех странах.	5	13. Борьба с Изменением климата	39 %	
7.3 К 2030 году удвоить глобальный показатель повышения энергоэффективности.	6	7. Недорогостоящая И чистая энергия	38 %	
12.2 К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов.	7	12. Ответственное потребление И производство	38%	
5.5 Обеспечить всестороннее и реальное участие женщин и равные для них возможности для лидерства на всех уровнях принятия решений в политической, экономической и общественной жизни.	8	5. Гендерное Равенство	36 %	
8.7 Принять срочные и эффективные меры для того, чтобы искоренить принудительный труд, покончить с современным рабством и торговлей людьми и обеспечить запрет и ликвидацию наихудших форм детского труда, включая вербовку и использование детей-солдат, а к 2025 году покончить с детским трудом во всех его формах.	9	8. Достойная работа и Экономический рост	31 %	
13.3 Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению.	10	13. Борьба с Изменением климата	31%	

Принятие подхода, ориентированного на решение задач в области ЦУР

В последние два десятилетия наблюдается рост различных инициатив, призванных удовлетворить существующий на рынке запрос на информацию об устойчивом развитии. В результате компаниям приходится иметь дело со множеством стандартов, требований, нормативов, принципов и кодексов, а также анкет, на основе которых составляются различные индексы и рейтинги. Некоторые из этих документов являются взаимодополняющими, но многие дублируют друг друга, тем самым образуя сложную нормативно-правовую среду. Среди всех стандартов подготовки отчетности в области устойчивого развития самое широкое распространение по всему миру получили стандарты Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI). Признания добились и другие разработчики стандартов, принимающие участие в инициативе «Диалог по корпоративной отчетности» (Corporate Reporting Dialogue, CRD¹⁴).

Для того чтобы в процессе измерения соответствующих показателей и подготовки отчетности обеспечить соответствие любым из этих требований (или их правильно выбранной комбинации), компаниям приходится выделять большое количество своих ресурсов. Представители разных служб компаний нередко ставят под вопрос релевантность информации об устойчивом развитии и ее связь с финансовой стороной бизнеса.

Подобное отношение начинает меняться. Компании осознают финансовый эффект обеспечения устойчивого развития и пользу для бизнеса от работы в данном направлении, но это может объяснять и тот факт, что некоторым компаниям требуется больше времени на принятие ЦУР с опорой на поставленные задачи.

В ряде случаев очевидно, что компании говорят о вопросах устойчивости, которые непосредственно относятся к ЦУР (например, установки, планы и задачи в экологической и социальной сферах), но не указывают соответствующую цель и связанную с ней задачу. В других случаях, как показало наше исследование, компании демонстрируют высокий уровень зрелости в использовании ESG-индикаторов (отражающих эволюцию в области корпоративного управления, экологической и социальной ответственности), но необязательно могут пояснить, каким образом эти индикаторы соотносятся с задачами ЦУР. Иными словами, проследить, каким образом их деятельность связана с «универсальной повесткой» ЦУР, становится сложнее.

¹⁴ Участники CRD-инициативы: GRI, CDP, CDSB, SASB, IASB, FASB, ISO, IIRC, ссылка: <https://corporatereportingdialogue.com/about/#participants>

В качестве примера рассмотрим две крупные компании –производителей потребительских товаров и признанных лидеров в сфере обеспечения устойчивого развития. У них есть системы индикаторов, которые позволяют доказать, что используемые ими методы работы направлены на формирование более качественного портфеля брендов. Обе компании однозначно отдают приоритет ЦУР, которые, по их мнению, связаны с их деятельностью и продвигаемыми ими брендами, но при этом обе компании формулируют свои собственные отдельные задачи и индикаторы успеха. С одной стороны, это помогает инвесторам и внутренним заинтересованным сторонам оценить прогресс с учетом конкретных особенностей каждой компании, но, с другой стороны, затрудняет понимание того, какие результаты они показывают по сравнению с конкурентами (у которых задачи ЦУР могут быть поставлены), а также не позволяет создать отраслевую базу для реализации системных изменений.

Некоторые компании могут иметь сильные системы отчетности в области устойчивого развития и понимают, в каком направлении двигаться. Кажется, что по мере того, как все больше компаний начинают интегрировать концепции ЦУР в свою отчетность, наблюдается прогресс в достижении единообразия. Надеемся, что данная тенденция сохранится и будет способствовать повсеместному принятию ЦУР, равно как и побудит к действиям другие компании. Использование ЦУР в качестве универсальной платформы позволит разработать единые подходы, которые обеспечат реализацию общего предназначения ЦУР.

Если компании будут одинаково использовать задачи ЦУР и ссылаться на них в своей отчетности, это позволит им четко продемонстрировать различным сторонам, каким образом предпринимаемые ими действия связаны с выполнением таких задач, а также дать представление о том, какого успеха они добились в данном направлении. А если бы целые отрасли брали на вооружение подобный подход на уровне задач ЦУР, это обеспечило бы прозрачность и сопоставимость для улучшения диалога между теми, кто в рамках совместной работы должен осуществлять системные изменения.

«ЦУР очень важны, они должны быть неотъемлемой частью стратегии компании. Непременнo нужно понимать эти цели, знать, каким образом выполнять поставленные задачи, интегрировать их в управленческие решения и оценивать степень их выполнения. На наш взгляд, для того чтобы достичь ЦУР, необязательно делать из них норму или тенденцию. Необходимо сделать их частью движущей силы развития компании».

Мария Исабель Карденас, директор
по устойчивому развитию Cementos Argos S.A.



Перевод слов в действия — вопрос стремлений

Как же компаниям использовать задачи ЦУР, чтобы объяснить свое стремление к более высокой устойчивости деятельности, обеспечивающей выполнение поставленных задач? Как мы видим, недостаточно просто соотнести существующие мероприятия в области устойчивого развития с ЦУР. Компании, если они действительно хотят добиться успеха, должны двигаться вперед и использовать ЦУР в качестве дорожной карты (Всемирный совет предпринимателей по вопросам устойчивого развития (WBCSD) разработал отраслевой подход¹⁵) и контрольного показателя, на основании которого они будут измерять свою эффективность.

Для отчета, который мы подготовили в этом году, мы изучили стремления компаний в области ЦУР, а именно масштабы, характер и сферу охвата реализуемых ими программ. Мы проанализировали данные 157 компаний, которые упомянули конкретные задачи ЦУР, а затем сопоставили их на основе четырех рейтингов, в которые включены компании, упомянувшие задачи ЦУР, в следующем порядке:

- 1 компания не заявляла о своем стремлении или планах предпринять какие-либо действия;
- 2 у компании есть стремление, выраженное через качественные параметры (т. е. оформленное в виде описания плана действий), но нет стремления, выраженного через количественные параметры;
- 3 у компании есть стремление, выраженное через количественные параметры (т. е. компания установила количественные показатели, которых она хочет достичь в будущем), но она не ведет отчетности по степени выполнения задач ЦУР;
- 4 компания подготавливает отчетность с отражением количественных параметров по отношению к своим стремлениям (т. е. существуют отчеты с отражением количественных параметров по текущей степени выполнения задач ЦУР относительно установленного количественного параметра).

Оценив указанные четыре категории, мы смогли подсчитать, сколько компаний уже действуют в этом направлении и измеряют свою эффективность ради успешной реализации программ, связанных с приоритетными задачами, по сравнению с теми компаниями, у которых менее конкретизированные планы.

¹⁵ <https://www.wbcsd.org/Programs/People/Sustainable-Development-Goals/SDG-Sector-Roadmaps>



Рисунок 7. Отражение задач ЦУР в публичной отчетности



Источник: PwC, Задачи в области ЦУР, 2019 г. База опрошенных: все компании (1 141)

База опроса: компании, которые упоминали задачи ЦУР (157)

Компании не останавливаются на том, чтобы задним числом увязать уже существующие программы с официальными задачами, но стратегическая реализация и измерение степени выполнения этих задач пока им удаются не очень хорошо (см. рис. 7. Отражение задач ЦУР в публичной отчетности).

Только 8 % компаний ЦУР (или 1% из всех проанализированных компаний), упомянувших задачи готовят отчетность с отражением количественных параметров по отношению к своим стремлениям. Таким образом, в большинстве компаний ЦУР еще только предстоит стать релевантными и убедительными маркерами в тех функциях, которые с устойчивым развитием непосредственно не связаны. Только более широкое использование отчетности по количественным параметрам позволит измерять прогресс в выполнении заявленных задач. Среди проанализированных российских компаний 5% компаний упомянувших задачи, ни одна компания (0 %) не подготавливает отчетность с отражением количественных параметров по отношению к своим стремлениям.

Вывод

Решение вопросов в связи с ЦУР сопряжено с вескими аргументами – с точки зрения как рисков, так и возможностей. Кроме того, сейчас все больше компаний предпринимают в этом направлении те или иные шаги, все больше инвесторов требуют большей подотчетности, все больше потребителей хотят получать более качественные товары и услуги, поэтому устойчивость бизнеса становится обязательным условием сохранения конкурентоспособности.

Отдельными корпоративными инициативами уже не обойтись. Очевидно, что ради трансформации целых отраслей компаниям придется работать на основе общей дорожной карты. Это необходимо для того, чтобы сбалансировать системы, от которых зависит наш мир, будь то продовольствие, транспорт, энергетика или финансы.

База для создания общей дорожной карты уже существует – это ЦУР, принятые ООН. Сейчас пора действовать. Нужно использовать задачи, связанные с отдельными целями, и на их основе сформулировать общую стратегию бизнеса. Такая стратегия, которая будет охватывать все стремления в аспекте ЦУР, должна быть на практике реализована во всей организации, а этапы и успех ее внедрения должны оцениваться и отражаться в отчетности.

Если ЦУР будет отведено центральное место в бизнес-стратегии, как в отдельных компаниях, так и в целых секторах экономики, то мы сможем повлиять на трансформацию жизненно важных систем, от которых зависит наше будущее.





Методология исследования

Исследование «Задачи в области ЦУР, 2019 год» было призвано собрать информацию о подходах компаний к достижению целей устойчивого развития и встраивания их в свою стратегию и деятельность.

В исследовании приняла участие 1 141 компания из 31 страны мира. При проведении исследования мы хотели получить ответы на следующие вопросы:

- Упоминает ли компания ЦУР?
- Где именно компания упоминает ЦУР?
- Упоминает ли компания конкретные цели?
- Упоминает ли компания конкретные целевые значения?
- Встраивает ли компания ЦУР в свою бизнес-стратегию?
- В какой степени используются целевые значения ЦУР для оценки устойчивого развития?

Специалисты по устойчивому развитию в каждой стране выбрали наиболее крупные и влиятельные компании на своих рынках, в том числе те, которые включены в национальный индекс публичных компаний, а также государственные и частные компании.

В процессе ознакомления с общедоступной информацией мы в первую очередь рассматривали основные публичные отчеты компаний, включая интегрированные, годовые отчеты и отчеты в области устойчивого развития, с использованием данных за финансовый год, заканчивающийся в декабре 2019 года или позднее. Мы не включали в исследование единичные данные или эпизоды, информация о которых опубликована на сайтах компаний.

В данном исследовании PwC применила технологию обработки естественного языка (NLP), позволяющую создать сетевой инструмент сбора данных на основе искусственного интеллекта (ИИ), с помощью которого можно оценить, какую информацию о своих ЦУР публикуют компании.

Для чтения отчетов мы применили инструмент на основе искусственного интеллекта, после чего изучили и проанализировали результаты с помощью наших исследователей и специалистов в области устойчивого развития соответствующих стран, чтобы ответить на вопросы, заданные в исследовании «Задачи в области ЦУР, 2019 год».

На основании полученных результатов был проведен дополнительный анализ по двум областям: оценка того, включены ли ЦУР в основную бизнес-стратегию компании, и определение степени реализации ЦУР.

Как мы определяли, что ЦУР включены в основную бизнес-стратегию

Этот вопрос был значим только для компаний, которые упоминали ЦУР в своих отчетах. В отношении таких компаний мы выясняли, упоминались ли ЦУР в одном или в нескольких разделах их отчета, охватывающих такие аспекты, как цель бизнеса, корпоративное управление, основная бизнес-стратегия, бизнес-модель, ресурсы или нефинансовый капитал (например, человеческий, интеллектуальный, природный, социальный/связанный с отношениями), риски и возможности, модель создания стоимости, результаты и воздействие и проч. В случае выявления информации в таких разделах мы проводили дополнительный анализ, чтобы понять, были ли ЦУР встроены в корпоративную стратегию компании.

Если ЦУР были включены только в стратегию устойчивого развития (а не в корпоративную стратегию компании), ответ на данный вопрос был отрицательным.

проанализирована

1 141

компания



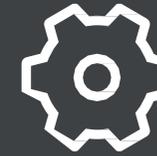
31

страна



7

отраслей



Как мы определяли степень реализации целей устойчивого развития

Этот вопрос был значим только для компаний, которые упоминали ЦУР в своих отчетах либо на основании ссылки на конкретный номер ЦУР (напр., 7.3), поскольку формулировка ЦУР была точной или легко определяемой, либо на основании того, что организация включила в отчет саму формулировку «цель устойчивого развития».

После выявления конкретной цели устойчивого развития она классифицировалась на основе следующих значений:

0 – ЦУР упомянуты без указания конкретных действий: отсутствуют действия/ план действий компании, есть только общее упоминание цели.

Пример: «Преодоление крайних форм бедности, когда люди живут менее чем на 1,25 долл. США в день, как указано в ЦУР 1.1, является приоритетной задачей общества».

1 – ЦУР упомянуты с указанием качественных устремлений: компания устанавливает для себя качественную задачу (т. е. формулирует план определенных действий по данным целям), но не определяет количественные значения ее выполнения.

Пример: «Преодоление крайних форм бедности, когда люди живут менее чем на 1,25 долл. США в день, как указано в ЦУР 1.1, является приоритетной задачей общества, и наша компания хочет взяться за ее решение в рамках нашей цепочки поставок».

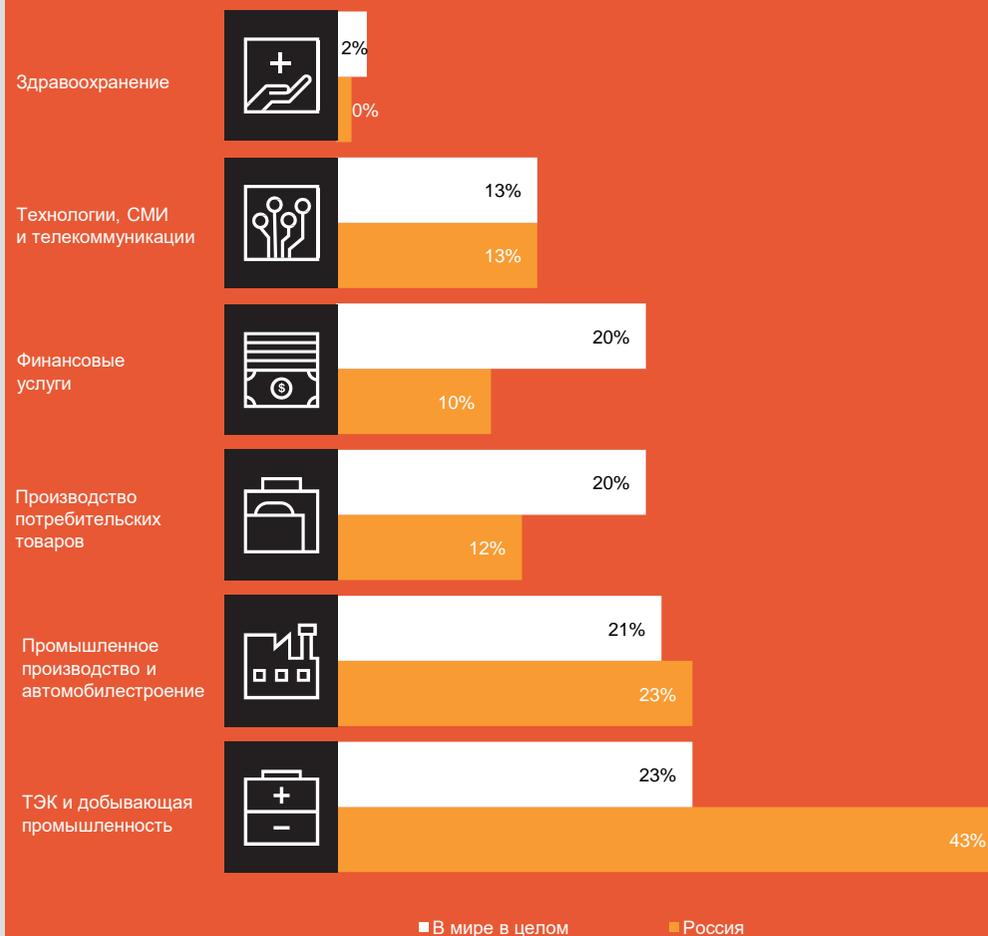
2 – ЦУР упомянуты с количественными значениями: компания устанавливает количественную задачу (т. е. определяет показатели, которые она хочет достичь в будущем), но не отчитывается по ходу достижения поставленной ЦУР.

Пример: «Преодоление крайних форм бедности, когда люди живут менее чем на 1,25 долл. США в день, как указано в ЦУР 1.1, является приоритетной задачей общества, и наша компания хочет сделать так, чтобы к 2022 году 100% сотрудников по всей нашей цепочке поставок находились на уровне выше черты бедности».

3 – ЦУР упомянуты с указанием достигнутых количественных значений: ведется отчетность о достижении количественных значений (напр., 90%) относительно установленных количественных значений (напр., 100%) поставленной цели устойчивого развития.

Пример: «Преодоление крайних форм бедности, когда люди живут менее чем на 1,25 долл. США в день, как указано в ЦУР 1.1, является приоритетной задачей общества и нашей компании. Мы планируем сделать так, чтобы к 2022 году 100% сотрудников по всей нашей цепочке поставок находились на уровне выше черты бедности. В этом году мы установили, что 90% сотрудников в нашей цепочке поставок находятся выше черты бедности».

Проанализированные компании в разрезе отраслей





Технологии, медиа

- Веон
- Mail.ru Group
- МТС
- Ростелеком
- Яндекс



Финансовые услуги

- Альфа-Банк
- Банк ВТБ
- Сбербанк
- Система



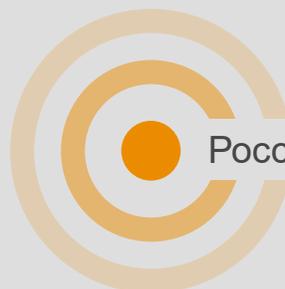
Снабжение и добыча, транспорт и логистика

- Аэрофлот
- Алроса
- Газпром
- Газпром нефть
- Интер РАО
- Металлоинвест
- Новатек
- Полиметал
- Росэнергоатом
- РусГидро
- Роснефть
- Россети
- РЖД
- СахалинЭнерджи
- Сургутнефтегаз
- ФСК ЕЭС
- Global Ports



Промышленность

- Акрон
- Группа Эталон
- Группа НЛМК
- Северсталь
- Группа ЛСР
- ОМК
- ФосАгро
- Русал
- Норникель



Россия

40

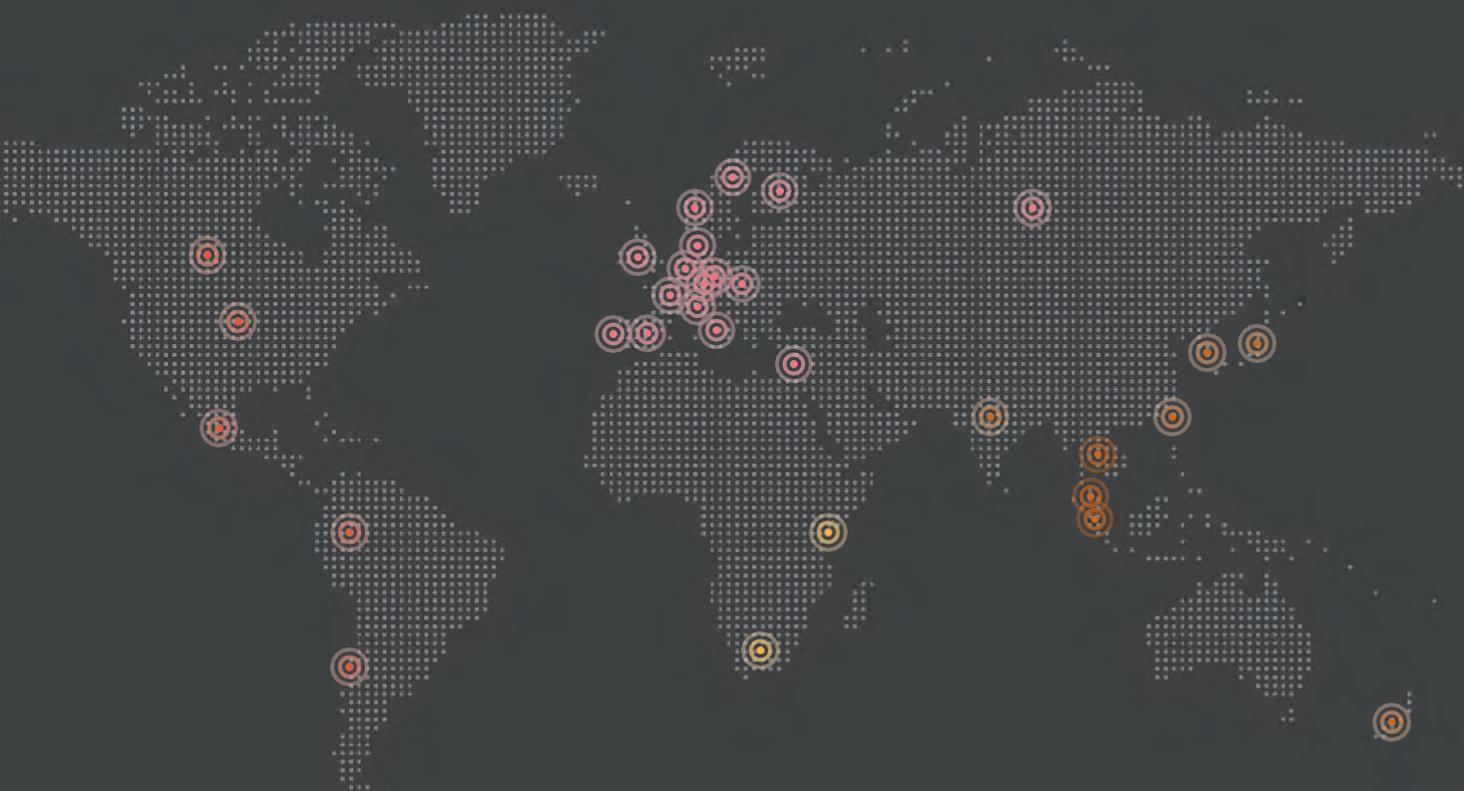
компаний



Продовольственные товары

- Группа Черкизово
- Детский Мир
- Русагро
- Магнит
- X5

Количество проанализированных компаний по странам и регионам

**Северная и Южная Америка**

Канада 81
Чили 30
Колумбия 31
Мексика 32
США 28

Европа

Кипр 29
Чешская Республика 14
Дания 34
Финляндия 18
Франция 37
Германия 56
Италия 52
Люксембург 25
Нидерланды 38
Норвегия 51
Португалия 35
Россия 40
Испания 37
Швеция 27
Швейцария 40
Великобритания 75

Африка

Кения 29
ЮАР 48

Азия

Индия 22
Япония 53
Малайзия 45
Новая Зеландия 37
Сингапур 35
Южная Корея 19
Тайвань 13
Таиланд 30

Итого**1 141**

Выражение признательности и благодарности

Выражаем благодарность этим людям за их вклад в подготовку данного отчета:

Редакционная коллегия

Луиза Скотт (директор программы), Великобритания
Алан Макгилл (соавтор), Великобритания
Арт Кляйнер (редактор), США
Сильвия Коцы (региональный проект), Великобритания
Маргарита Касас (региональный проект), Великобритания
Сара Уоттс (маркетинг и коммуникации), Великобритания
Сара Грей (консультант по отчетности и аудиту), Великобритания
Лори Камерон (региональная координация), Великобритания
Зиана Сомджи (региональная координация), Великобритания

Исследование и анализ данных

Кара Эллиотт, Великобритания
Джиллиан Кэйн, Великобритания
Аарон Мартин, Великобритания
Ребекка Хьюстон, Великобритания

Инструмент на основе искусственного интеллекта (ИИ)

Алестер Моулл, Великобритания
Джои Чу, Великобритания
Дэн Маунт, Великобритания

Региональные координаторы

Дженис Норонья, Канада
Катерина Фрагос, Канада
Даниэла Пиа Баррия, Чили
Матиас Морель, Чили
Винсент Сантамариа, Чешская Республика
Маркета Ехова, Чешская Республика
Адриана Белтран, Колумбия
Хуан Малагон, Колумбия
Ахиллеас Тиримос, Кипр
Антри Константину, Кипр
Лине Берг Мадсен, Дания
Йенс Пульц Педерсен, Дания
Сирпа Юутинен, Финляндия
Майя Тенхунен, Финляндия
Орели Верронно, Франция
Мария Катерина Мильореро, Франция
Джулия Шварцбауэр, Германия
Барбара Джоанна Вилер, Германия

Сандип Кота, Индия
Марко Монтанини, Италия
Лучия Бонифачио, Италия
Эрик Линдхольм, Япония
Хидетоси Тахара, Япония
Джейн Каньинджи, Кения
Кеннет Бунди, Кения
Кристина Шенци, Люксембург
Максин Бихлер, Люксембург
Николь Нг, Малайзия
Ванесса Янаки Раджу, Малайзия
Карл Жуано, Мексика
Карлос Мендоса Айяла, Мексика
Анн-Луиз Штрумер, Нидерланды
Колинда Ван Брюммелен, Нидерланды
Элла Гордон-Латти, Новая Зеландия
Аннабел Шартр, Новая Зеландия
Эрленд Бьерклунд, Норвегия
Ульрик Халлен Оэн, Норвегия
Ана Клаудия Коэльо, Португалия
Лиа Нобрега, Португалия
Вера Смирнова, Россия
Алина Беньяминова, Россия
Сахил Малотра, Сингапур

Сату Аавикко, Сингапур
Шанталь ван дер Ватт, ЮАР
Хак-Сунг Ким, Южная Корея
Йонг-Хьун Парк, Южная Корея
Марга Де Россельо Каррил, Испания
Пабло Басконес Илундайн, Испания
Фредрик Лjungдал, Швеция
Джулия Буцге, Швеция
Стефан Хирши, Швейцария
Элен Барон, Швейцария
Вивиан Хсю, Тайвань
Хсианг-Ю Ши, Тайвань
Кулавал Супесунторн, Таиланд
Арпамас Сирипрасопсорн, Таиланд
Андреа Маккормик, Великобритания
Девина Шах, Великобритания
Джессика Доу, США
Ман Хуанг, США

Мы также благодарим следующих специалистов PwC за их идеи:

Линда Мидгли, Нидерланды
Ровена Мирли, Великобритания
Дженис Норонья, Канада
Эмили Бобин, Франция
Сильвен Ламбер, Франция
Хуан Малагон, Колумбия

Контактная информация



Луиза Скотт
Директор международной
практики оказания услуг
в области устойчивого
развития, PwC в
Великобритании
louise.a.scott@pwc.com



Алан Макгилл
Партнер, PwC в
Великобритании
alan.mcgill@pwc.com



Сильвия Коцы
Менеджер международной
практики оказания услуг в
области устойчивого развития,
PwC в Великобритании
szilvia.kocsy@pwc.com



Елена Дубовицкая
Директор, Корпоративное
управление и устойчивое
развитие, PwC в России
elena.dubovitskaya@pwc.com



Алексей Фегетсин
Партнер, PwC
в России
alexey.fegetsyn@pwc.com



Вера Смирнова
Старший менеджер,
Корпоративное управление и
устойчивое развитие, PwC в
России
vera.smirnova@pwc.com

Если вы хотите получить дополнительную информацию о ЦУР и их влиянии на ваш бизнес, обращайтесь к нам!

Африка

Кения

Эдвард Керих
edward.kerich@pwc.com

ЮАР

Джейн Мамматт
jayne.mammatt@pwc.com

Азия

Индия

Ясир Ахмад
ahmad.yasir@pwc.com

Япония

Такуэи Маруяма
takuei.maruyama@pwc.com

Малайзия

Эндрю Чан
andrew.wk.chan@pwc.com

Новая Зеландия

Аннабел Шартр
annabell.l.chartres@pwc.com

Сингапур

Ю-Лин Фанг
eu-lin.fang@sg.pwc.com

Южная Корея

Джей-Хеум Парк
jae-heum.park@pwc.com

Тайвань

Элиза Ли
eliza.li@tw.pwc.com

Таиланд

Пирата Пхакдеесаттайяпхонг
pirata.phakdeesattayaphong@pwc.com

Европа

Кипр

Тассос Прокопиу
tassos.procopiou@pwc.com

Чешская Республика

Маркета Ехова
marketa.jechova@pwc.com

Дания

Йенс Пульц Педерсен
jer@pwc.dk

Финляндия

Сирпа Юутинен
sirpa.juutinen@pwc.com

Франция

Эмили Бобин
emilie.bobin@pwc.com

Германия

Хендрик Финк
hendrik.fink@pwc.com

Италия

Паоло Берсани
paolo.bersani@pwc.com

Люксембург

Валери Арнольд
valerie.arnold@lu.pwc.com

Нидерланды

Юкье Янссен
joukje.janssen@pwc.com

Норвегия

Ханне Левстад
hanne.lovstad@pwc.com

Португалия

Ана Клаудия Коэльо
ana.claudia.coelho@pwc.com

Россия

Елена Дубовицкая
elena.dubovitskaya@pwc.com

Испания

Пабло Басконес Илундайн
pablo.bascones.ilundain@pwc.com

Швеция

Фредрик Лjungдал
fredrik.ljungdahl@pwc.com

Швейцария

Стефан Хирши
stephan.hirschi@ch.pwc.com

Великобритания

Эмма Кокс
emma.cox@pwc.com

Америка

Канада

Дженис Норонья
janice.noronha@pwc.com

Чили

Игнасио Эпельде-Агирре
ignacio.epelde.aguirre@pwc.com

Колумбия

Хуан Малагон
juan.malagon@co.pwc.com

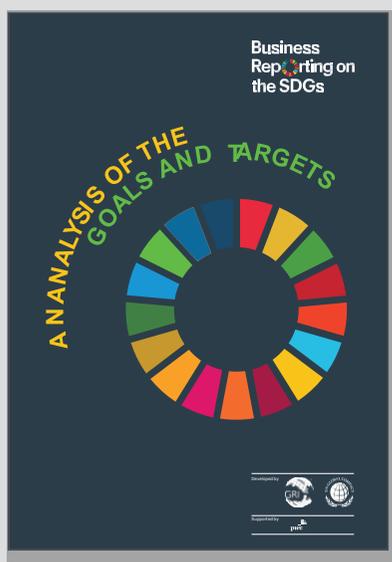
Мексика

Карлос Мендоса Айяла
carlos.mendoza.ayala@pwc.com

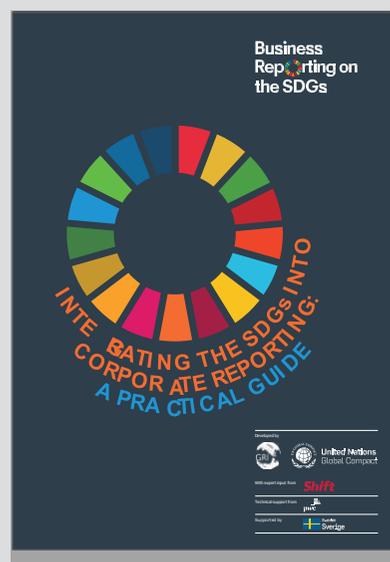
США

Сара Десмит
sara.desmith@pwc.com

Дополнительные материалы



Отчетность компаний по ЦУР.
Анализ целей и задач
<https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications/assets/sdgs-business-reportinganalysis.pdf>



Интеграция ЦУР
в корпоративную отчетность.
Практическое руководство
<https://www.unglobalcompact.org/library/5628>



Сотрудничество для оказания
воздействия. Степень
зрелости и интеграции
устойчивого развития
в европейских отраслевых
ассоциациях
<https://www.csreurope.org/sector-associations-have-potential-raise-sustainability-impact-through-increased-collaboration#.W2rKn9JKg2y>



Инвестиционное
обоснование ЦУР
<https://www.unpri.org/about/sustainabledevelopment-goals>



Как найти свой путь к ЦУР.
Руководство для компаний по
внедрению глобальных целей
ООН
<https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications/PwC-sdgguide.pdf>

Дополнительная информация:

WBCSD SDG business hub <https://sdghub.com/> | UNGC Action Platforms <https://www.unglobalcompact.org/sdgs/action-platforms>



www.pwc.com/sdgchallenge

Работая в PwC, мы стремимся к укреплению доверия в обществе и решению наиболее важных проблем. PwC представляет собой сеть фирм в 157 странах мира, объединяющую свыше 276 000 специалистов, которые готовы оказывать услуги в области аудита, бизнес-консультирования и налогообложения на качественном уровне. Ознакомьтесь с более подробной информацией и расскажите нам о том, что важно для вас, на нашем сайте www.pwc.com.

Настоящая публикация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемых в ней вопросах и не является профессиональной консультацией. Информация, содержащаяся в данной публикации, не может служить основанием для каких-либо действий при отсутствии профессиональных консультаций специалистов. Каких-либо подтверждений или гарантий (явных или подразумеваемых) в отношении точности или полноты информации, содержащейся в данной публикации, не дается. Если иное не предусмотрено законодательством, PwC снимает с себя всякую материальную и иную ответственность и отказывается от каких-либо обязательств в связи с использованием вами или любым другим лицом информации, содержащейся в настоящей публикации, либо отказом от ее использования, а также в связи с любыми решениями, принятыми на основании этой информации.

Под «PwC» понимается международная сеть фирм PricewaterhouseCoopers International Limited или одна или несколько входящих в нее фирм, каждая из которых является самостоятельным юридическим лицом. Более подробная информация представлена на сайте www.pwc.com/structure.

© PwC, 2020. Все права защищены.