

**Н.М. Олейник**

Доцент кафедры торгового дела и товароведения  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»  
кандидат экономических наук, доцент

**В.Ю. Классен**

Студентка 2 курса  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

## **ЭКОЛОГИЗАЦИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** В статье исследуется процесс экологизации современного российского рынка розничной торговли как неотъемлемой составляющей устойчивого развития предприятий. Раскрывается содержание понятия «экологизация» для розничных организаций. Для проведения сравнительного анализа деятельности торговых компаний России в экологической области авторами статьи устанавливаются определенные критерии. Результатами исследования являются выявление экологических инициатив, осуществляемых предприятиями, которые составляют топ-10 компаний на российском рынке розничной торговли, и определение итогов данных проектов.

**Ключевые слова:** экологизация, устойчивое развитие, стратегия устойчивого развития, деятельность розничных компаний в экологической области, экологические инициативы торговых компаний, результаты деятельности торговых компаний в экологической сфере.

**N.M. Oleinik, V.Y. Klassen**

## **ECOLOGIZATION OF THE RUSSIAN RETAIL MARKET AS AN INTEGRAL ELEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF COMPANIES IN THE MODERN CONDITIONS**

**Abstract.** The article examines the process of ecologization the modern Russian retail market as an integral component of the sustainable development of companies. The content of the concept of «ecologization» for retail organizations is revealed. The authors of the article establish certain criteria to conduct a comparative analysis of the activities of Russian trading companies in the ecological field. The results of the study are the identification of environmental initiatives carried out by enterprises that make up the top 10 companies in the Russian retail market, and the determination of the results of these projects.

**Keywords:** ecologization, sustainable development, sustainable development strategy (sustainability strategy), activities of retail companies in the ecological field, environmental initiatives of trade companies, the results of the activities of trade companies in the ecological field.

### **Введение**

На глобальном уровне длительное развитие экономики, направленное только на получение таких результатов, как максимальная прибыль и минимальные издержки, привело к деградации природной, духовной и социальной сред. Экологические проблемы, социальное неравенство представляют собой лишь часть мировых вызовов, с обострением которых столкнулись страны в конце 20 – начале 21 века.

В обзоре глобальных рисков 2021 года от Всемирного экономического форума (WEF) второе место после инфекционных заболеваний занимают экологические риски [12]. Проявление проблем с экологией привело к осознанию важности устойчивого развития, в частности и процесса экологизации. В этом заключается актуальность данного исследования.

В настоящее время в результате повышенного внимания к вопросам защиты окружающей среды со стороны общества и заданного государством курса на экологизацию экономики перед бизнесом ставятся новые задачи. «Зелёная» повестка

требует трансформации ряда процессов в деятельности организаций. Количество компаний, выделивших устойчивое развитие в отдельное направление, увеличивается. Так, российскими компаниями в последние годы был взят курс на устойчивое развитие, торговые организации быстро сориентировались, приступили к разработке стратегий и реализации экологических проектов.

Устойчивое развитие российской торговли опирается на соблюдение баланса таких составляющих, как экономическая эффективность, социальная ответственность торговых компаний перед обществом и экологизация.

В литературе под экологизацией в широком смысле понимается процесс неуклонного и последовательного внедрения систем технологических, управленческих и других решений, позволяющих повышать эффективность использования естественных ресурсов и условий наряду с улучшением или хотя бы сохранением качества природной среды на локальном, региональном и глобальном уровнях [7].

Для торговых компаний экологизация представляет собой рациональное использование и потребление ресурсов, уменьшение вреда, наносимого окружающей среде деятельностью предприятий, распространение осознанного потребления среди покупателей.

### **Гипотеза**

Внедрение торговыми компаниями в свою деятельность стратегий устойчивого развития, реализация ими экологических инициатив способствуют достижению следующих результатов:

- установление более прочной связи с покупателем;
- улучшение экологической ситуации;
- повышение уровня конкурентоспособности организации на рынке.

### **Методы**

Авторами был произведен анализ деятельности торговых компаний, действующих на территории России, в области устойчивого развития в экологической сфере по рейтингу агентства «Infoline» 2021 года. Были исследованы предприятия, входящие в топ-10: X5 Retail Group, Магнит, Mercury Retail Group, Wildberries, DNS, Лента, М.Видео-Эльдорадо, Leroy Merlin, Ozon, Светофор [2]. В процессе исследования были проанализированы стратегии устойчивого развития данных торговых организаций, их корпоративные документы.

После сбора и анализа информации было осуществлено сравнение процессов и результатов деятельности рассматриваемых организаций по реализации экологических инициатив. Для этого были предложены следующие критерии: наличие стратегии устойчивого развития, представление отчетности об устойчивом развитии, демонстрация раздела «устойчивое развитие» на официальном сайте, другие принятые документы в экологической области, направления деятельности в экологической сфере, экологические инициативы, итоги преобразований в экологической области.

В ходе сравнения и обобщения полученных данных среди российских торговых компаний были определены лидеры по внедрению экологических проектов, а также выявлены результаты, которые они получают благодаря реализации экологических инициатив.

### **Результаты и обсуждение**

Результатом компиляции данных по предложенным нами критериям стало определение лидера в области экологизации российского торгового рынка. Так, лидирующие позиции занимает организация «X5 Retail Group», которая управляет такими торговыми сетями, как «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», а также цифровыми бизнесами. В декабре 2019 года данная компания утвердила долгосрочную стратегию в

## ТОРГОВЛЯ

области устойчивого развития. Также разработаны такие документы, как Политика по минимизации отходов, Политика в области энергоэффективности и противодействия изменению климата. «X5 Retail Group» с 2020 года – участник Национальной сети Глобального договора ООН, в основе деятельности участников которой лежит концепция устойчивого развития. Также в этом же году «X5 Retail Group» стала лидером рейтинга самых экологичных компаний России по версии Forbes и заняла третье место в общем среди российских компаний [9].

Содействие ответственному потреблению и использованию ресурсов является одним из важнейших приоритетов компании. В стратегии развития обозначены конкретные показатели. Так до 2030 года «X5 Group» планирует: на 30% снизить выбросы парниковых газов и коэффициент образования отходов, использовать 30% возобновляемой энергии в собственных операционных процессах. К 2023 году планируется: увеличить до 40% долю пригодных к переработке пищевых продуктов, до 50% долю собственных торговых марок в экологичной упаковке и до 95% долю перерабатываемых твёрдых отходов, образующихся в торговых сетях. Помимо этого, в 2020 году X5 в рамках присоединения к международной инициативе SBTi (Science Based Targets initiative) для достижения целей Парижского соглашения взяла на себя обязательство определить научно обоснованные цели по сокращению выбросов парниковых газов. К 2050 году компания также намерена прийти к углеродной нейтральности [5].

В настоящий момент данная торговая организация реализует такие экологические проекты, как сдача на переработку непищевых отходов (пластик, картон, бумага) и передача для утилизации пищевых отходов сторонним предприятиям, в том числе фермерам; увеличение доли собственных товаров в ответственной упаковке; замена пакетов, изготовленных из пластика, на бумажные и многоразовые сумки; использование пакетов и корзин, произведенных из вторичного сырья; развитие инфраструктуры сбора – организация сбора пластиковых крышек, пластиковых пакетов, ненужных вещей, батареек, зубных щеток; перевод распределительных центров на «зеленую» энергию, выработанную на гидроэлектростанциях. Результатами деятельности по осуществлению данных инициатив за первое полугодие 2021 года стали: перевод 11% распределительных центров на низкоуглеродные источники энергии; передача 299 тыс. тонн вторичного сырья в переработку; передача фермерам 49 тыс. тонн товаров, потерявших товарный вид до истечения срока годности; 100% реализация пластиковых пакетов, сделанных на 35% из вторичного пластика; расширение адресной программы рефил-станций; сбор 5 тыс. тонн крышек, 8 тонн ненужных вещей, более 3,4 тонн батареек [5].

Второе место в рейтинге российских торговых предприятий занимает «Магнит», третье – «Mercury Retail Group» - организация, управляющая магазинами сетей «Красное&Белое» и «Бристоль». «Магнитом» стратегия устойчивого развития «Ритейл со смыслом» была принята в 2020 году. Также торговая организация разработала Политику в области охраны окружающей среды и производственной экологической безопасности. В рейтинге самых экологичных российских компаний по версии Forbes компания расположилась на одиннадцатом месте, среди ритейлеров – на втором месте, после «X5 Retail Group» [9]. «Магнит» в рамках принятой стратегии устойчивого развития ставит следующие цели до 2025 года: сделать 50% упаковки для собственной торговой марки перерабатываемой, многоразовой; обеспечить 100% сбор и переработку перерабатываемого пластика в собственных операциях; осуществить 50% снижение пищевых отходов, 30% снижение парниковых газов, 25% снижение расходов воды и энергии [3].

В настоящее время «Магнит» реализует следующие инициативы в экологической сфере: осуществляется перевод собственного грузового парка на современные среднетоннажные автомобили (Евро-5); тестирование первого российского электрогрузовика и автомобилей на газомоторном топливе; переработка вторсырья; сбор

пластика; применяется природный газ для собственной генерации энергии. Так, «Магнитом» за 2020 год были достигнуты следующие экологические результаты: доля среднетоннажного транспорта в структуре автопарка торговой организации составила 4%; количество грузовиков на природном газе в автопарке предприятия достигло 254 единиц; на рециклинг направлено более 27648 пластиковых бутылок; сэкономлено 4,5 тыс. м<sup>3</sup> используемой воды; штаб-квартира торговой организации сертифицирована по стандарту «EcoGreenOffice» [3].

«Mercury Retail» разработала стратегию устойчивого развития в 2021 году и выделила четыре основные области, особое место среди которых занимает «окружающая среда». В рамках данной области компания проводит оптимизацию логистики, энергопотребления в распределительных центрах и магазинах (использование энергосберегающих ламп, LED вывесок, пропановых холодильных установок), стремится использовать многоразовые ценники, заменяет пластиковые карты лояльности электронными, организует использование чековой ленты европейского качества без бисфенола в составе, внедряет электронный документооборот. Несмотря на то, что компания приняла стратегию устойчивого развития только в 2021 году, отдельные экологические инициативы, мероприятия реализовывались и ранее. Так на данный момент выпущено более 4,5 млн виртуальных карт лояльности; прекращена печать буклетов и брошюр; установлены 16 складов на территории всей страны для грамотного выстраивания логистики и сокращения выхлопов в атмосферу [6].

Также к крупным организациям на российском рынке розничной торговли, которые внедрили в свою деятельность стратегию устойчивого развития, относятся международная компания, специализирующийся на реализации товаров для строительства и обустройства дома, дачи и сада, «Леруа Мерлен» и ведущая российская компания в сфере торговли электроникой и бытовой техникой «М.Видео-Эльдорадо». В 2020 году группа АДЕО, в которую входит «Леруа Мерлен», утвердила международную стратегию в области устойчивого развития *We make it positive* (приносим пользу). Компания «Леруа Мерлен» стремится внести вклад в сбережение природных ресурсов, особенно в сохранение лесных: реализует проект «Лесомания» - с 2018 года было восстановлено 205 га лесов. Также ритейлер производит сокращение выбросов парниковых газов – 19 грузовиков работают на сжатом природном газе, организует сортировку и переработку ламп, батареек [4].

«М.Видео-Эльдорадо» реализует экологические проекты, нацеленные на сокращение количества пластиковых карт и развитие инфраструктуры сбора. В результате этого с 2019 года компанией собрано и направлено на переработку более 1800 тонн или 180 тыс. единиц бытовой техники, более 2 тонн или 400000 пластиковых карт [1].

Такие торговые организации, как FMCG-ритейлер «Лента» и компания, реализующая свою деятельность в сфере электронной и бытовой техники, «DNS» не имеют публичной стратегии устойчивого развития. При этом политика «Ленты» в области корпоративной социальной ответственности базируется на шести принципах, одним из которых является забота об окружающей среде [8]. «Лента» уделяет особое внимание данному принципу и внедряет такие экологические проекты, как сокращение количества пластиковых карт; отказ от полиэтиленовых пакетов; организация сбора вторсырья, пластиковых крышек, батареек. На данный момент можно говорить о следующих результатах: в магазинах сети установлены экобоксы, предназначенные для приема ненужных пластиковых карт; в 2020 году продано более 2,3 миллиона бумажных и биоразлагаемых пакетов, что в два раза больше, чем в 2019 году; с 2018 года собрано более 120 тонн пластиковых бутылок и алюминиевых банок; передано на переработку больше тонны крышек от пластиковых бутылок за первое полугодие 2021 года; за 2021 год собрано 63344 килограмма батареек. Торговая сеть «DNS» также осуществляет развитие инфраструктуры сбора.

## ТОРГОВЛЯ

Ритейлер, входящий в топ-10, «Светофор» не имеет ни стратегии устойчивого развития, ни какой-либо информации по реализации экологических инициатив, что объясняется политикой компании и стремлением к минимизации затрат.

В настоящее время на российском рынке активный рост показывают маркетплейсы. Увеличению их популярности способствовали, в первую очередь, пандемия, и связанные с ней ограничения. Необходимо отметить, что такие площадки не отстают от торговли в офлайн формате с внедрением программ устойчивого развития. Так Wildberries и Ozon – крупнейшие российские маркетплейсы, не представляют стратегии устойчивого развития в настоящее время, но активно работают с новыми стандартами обслуживания.

Wildberries – российский интернет-магазин одежды, обуви, электронной техники, детских товаров, товаров для дома и других товаров разрабатывает эко-меры, нацеленные на снижение объема упаковки при доставке товаров, обсуждает вопрос о раздельном сборе и утилизации отходов, а также планирует уменьшить использование природных ресурсов. В 2019 году компания ввела биоразлагаемые пакеты. В 2021 году маркетплейс объявил о запуске пилотного проекта, поддерживающего его экологические инициативы – использование при доставке заказов дронов, работающих от аккумуляторов, что будет способствовать сокращению углеродного следа, а также уменьшению объема упаковки. Wildberries является также первым онлайн-ритейлером, который перешел на электронный документооборот с контрагентами, что позволило свести использование бумаги к минимальным расходам [11].

Ozon, несмотря на отсутствие стратегии устойчивого развития, уже сформировал на официальном сайте раздел, посвященный вопросам устойчивого развития, в том числе экологизации. С 2014 года данная торговая площадка реализует проект Ozon Recycle – организация сбора вторсырья и отправки его на переработку. В 2020 году программа была масштабирована, в результате чего покупатели теперь могут вскрывать упаковку и оставлять ее в пунктах выдачи для дальнейшей переработки. Также Ozon перевел головной офис в «зелёный» режим, разработал и внедрил для автомобилей службы доставки новые стандарты в отношении выбросов, отказался от воздушно-пузырьковой плёнки в пользу крафтовой бумаги, так как первая не может быть переработана. Реализовывая данные экологические инициативы, Ozon достиг за 2020 год следующих результатов: 68% всей упаковки перерабатывается на складах Ozon; вторсырье перерабатывается более чем на 80%; с 2018 по 2020 год объемы переработки были увеличены более чем в три раза, и было переработано 6350 тонн упаковки [10].

Сравнительный анализ деятельности российских торговых организаций, входящих в топ-10, в экологической сфере представлен в таблице.

Таблица. Сравнение деятельности российских компаний розничной торговли в экологической сфере

Компания	Стратегия устойчивого развития	Отчетность об устойчивом развитии	Раздел «устойчивое развитие» на официальном сайте	Другие принятые документы в экологической области	Направления деятельности в экологической сфере
X5 Retail Group	Имеется (с 2019 года)	Регулярная (с 2018 года)	Имеется	Политика по минимизации отходов Политика в области энергоэффективности и противодействия изменению климата Подписание Меморандума об устойчивом развитии	1. Сокращение объемов отходов, их распределение 2. Сокращение выбросов парниковых газов 3. Сокращение объемов потребления воды и электроэнергии 4. Развитие инфраструктуры сбора 5. Отказ от пластика 6. Производство товаров в ответственной упаковке

Компания	Стратегия устойчивого развития	Отчетность об устойчивом развитии	Раздел «устойчивое развитие» на официальном сайте	Другие принятые документы в экологической области	Направления деятельности в экологической сфере
				и совершенствовани и экологических практик под эгидой Всемирного фонда дикой природы (WWF) (2019 год)	
Магнит	Имеется (с 2020 года)	Регулярная (с 2019 года)	Имеется	Политика в области охраны окружающей среды и производственно й экологической безопасности Подписание Меморандума	1.Сокращение объемов отходов, их распределение 2.Сокращение выбросов парниковых газов 3.Сокращение объемов потребления воды и электроэнергии 4. Развитие инфраструктуры сбора 5. Отказ от пластика 6.Производство товаров в ответственной упаковке
Mercury Retail Group («Бристоль», «Красное & Белое»)	Имеется (с 2021 года)	На данный момент отсутствует	Имеется	Отсутствуют	1.Распределение отходов 2.Сокращение выбросов парниковых газов 3.Сокращение объемов потребления воды и электроэнергии 4. Отказ от пластика
Wildberries	Не имеется	Отсутствует	Отсутствует	Подписание Меморандума	1.Сокращение объемов отходов, их распределение 2.Сокращение выбросов парниковых газов 3.Сокращение объемов потребления воды и электроэнергии 4. Отказ от пластика
DNS	Не имеется	Отсутствует	Отсутствует	Подписание Меморандума	1. Развитие инфраструктуры сбора
Лента	Не имеется	Отсутствует	Отсутствует	В рамках Корпоративной социальной ответственности – Забота об окружающей среде Подписание Меморандума	1.Сокращение объемов отходов 2.Сокращение выбросов парниковых газов 3.Сокращение объемов потребления воды и электроэнергии 4. Развитие инфраструктуры сбора 5. Отказ от пластика
М.Видео-Эльдорадо	Имеется (с 2020 года)	Наличие ESG Databook	Имеется	Подписание Меморандума	1.Распределение отходов 2.Сокращение объемов отходов 3. Развитие инфраструктуры сбора 4. Отказ от пластика
Leroy Merlin	Имеется (с 2020 года)	Регулярная (с 2019 года)	Имеется	Отсутствуют	1.Распределение отходов 2.Сокращение выбросов парниковых газов 3.Сокращение объемов потребления электроэнергии 4. Развитие инфраструктуры сбора 5. Отказ от пластика 6. Сохранение биоразнообразия

Компания	Стратегия устойчивого развития	Отчетность об устойчивом развитии	Раздел «устойчивое развитие» на официальном сайте	Другие принятые документы в экологической области	Направления деятельности в экологической сфере
Ozon	Не имеется	Отсутствует	Имеется	Отсутствуют	1. Сокращение объемов отходов, их распределение 2. Сокращение выбросов парниковых газов 3. Развитие инфраструктуры сбора
Светофор	Не имеется	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствуют	-

Рассмотрев деятельность крупнейших торговых организаций России в экологической сфере, делаем вывод, что экологизация российского торгового рынка производится активно. Компании, входящие в топ-10, имеют кейсы, связанные с устойчивым развитием, экологизацией. В своей деятельности торговые организации осознают необходимость рассмотрения вопросов социальной ответственности, ориентации на запросы покупателей и формирования их лояльности. Разработка и принятие стратегий устойчивого развития, реализация экологических инициатив позволяет компаниям, осуществляющим свою деятельность на российском торговом рынке, более полно удовлетворять потребности покупателей, повышать уровень своей конкурентоспособности, а также способствует улучшению экологической ситуации в стране. Таким образом, поставленная гипотеза нашла подтверждение в ходе проведенного исследования.

В ближайшее время тренд на устойчивое развитие, экологизацию российского торгового рынка будет укрепляться, все большее количество предприятий будет принимать публичные стратегии устойчивого развития. Внедрение организациями устойчивого развития, экологических инициатив в свою деятельность становится требованием мирового сообщества, важным условием для занятия лидирующего положения на рынке, инвестиционной привлекательности компании и повышения стоимости бизнеса. Следующим шагом в процессе достижения целей устойчивого развития могут стать регулярная отчетность, большая прозрачность и правильное целеполагание.

#### Список литературы

1. М.Видео-Эльдорадо за год увеличила в 3,5 раза объем собранных на переработку электронных отходов, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mvideoeldorado.ru/ru/press-centr/press-relizy/detail/2486> (дата обращения: 24.11.2021).
2. Названы крупнейшие ретейлеры России в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/business/nazvany-krupneyschie-reteylery-v-rossii-za-2021y/> (дата обращения: 22.11.2021).
3. Отчет в области устойчивого развития ПАО «Магнит» за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://report2020ru.magnit.com/reports/magnit/annual/2020/gb/Russian/0.html> (дата обращения: 23.11.2021).
4. Отчет об устойчивом развитии за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://storage.yandexcloud.net/leroymerlin-ru-landings-docs/otvetstvennoe-razvitie/main/otchet-po-ustoychivomu-razvitiyu-2020.pdf> (дата обращения: 24.11.2021).
5. Отчет об устойчивом развитии 1Н 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://esg.x5.ru/media/files/ESG\\_results\\_1H\\_2021\\_bsItAWH.pdf](https://esg.x5.ru/media/files/ESG_results_1H_2021_bsItAWH.pdf) (дата обращения: 23.11.2021)
6. Презентация об устойчивом развитии «Mercury Retail Group», 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://mercury-retail.ru/storage/485/Mercury-Retail\\_ESG-Presentation\\_RUS.pdf](https://mercury-retail.ru/storage/485/Mercury-Retail_ESG-Presentation_RUS.pdf) (дата обращения: 23.11.2021).
7. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 494 с.
8. Социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.com/o-kompanii/sotsialnaya-otvetstvennost/> (дата обращения: 24.11.2021).

9. Тридцать самых экологичных компаний России. Рейтинг Forbes, 2021 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/422011-30-samyh-ekologichnyh-kompaniy-rossii-reyting-forbes> (дата обращения: 22.11.2021).
10. Ozon Recycle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esg.ozon.ru/recycle> (дата обращения: 26.11.2021).
11. Wildberries разрабатывает инициативы по снижению воздействия e-commerce на окружающую среду, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/wildberries-razrabatyvaet-initsiativu-po-snizheniyu-vozdeystviya-e-commerce-na-o-22-oktyabrya-2021-210383/> (дата обращения: 26.11.2021).
12. The Global Risks Report 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2021> (дата обращения: 22.11.2021).