

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В.Д. Круглова, бакалавр

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые тенденции, вызовы и возможности, с которыми сталкивается российский рынок продовольственных товаров в контексте устойчивого развития. Особое внимание уделяется роли крупных компаний в продвижении устойчивых практик.

Ключевые слова: устойчивое развитие, продовольственные товары, Россия, бизнес, потребители, регуляторы, экологические практики, социальная ответственность.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF COMPANIES ON THE EXAMPLE OF THE FOOD MARKET

Abstract. The article examines key trends, challenges and opportunities facing the Russian food market in the context of sustainable development. Particular attention is paid to the role of large companies in promoting sustainable practices.

Keywords: sustainable development, food industry, Russia, business, consumers, regulators, environmental practices, social responsibility.

Введение

Рынок продовольственных товаров играет ключевую роль в российской экономике, обеспечивая продовольственную безопасность, занятость и стабильность внутреннего рынка. В последние годы, под воздействием глобальных вызовов, таких как изменение климата, дефицит ресурсов и геополитические изменения, устойчивое развитие стало важным направлением для отрасли.

Цели исследования заключаются в следующем:

- оценить текущее состояние инициатив по устойчивому развитию в российской отрасли продовольственных товаров;
- выявить ключевые препятствия, мешающие внедрению устойчивых практик;
- определить возможности для инноваций и улучшений через устойчивое развитие.

Задачи исследования включают анализ научной литературы, изучение практических кейсов российских компаний и обобщение полученных данных для формирования выводов. Объект исследования – российский рынок продовольственных товаров, включая производство, переработку и дистрибуцию. Субъект исследования – инициативы по устойчивому развитию и их влияние на бизнес-процессы, потребителей и общество в целом.

Обзор литературы. Современные исследования подчеркивают растущую значимость устойчивого развития для российской отрасли продовольственных товаров. Согласно отчету Группы компаний Б1 (2024), несмотря на сложные геополитические и экономические условия, российский бизнес продолжает инвестировать в устойчивое развитие [1]. Основной акцент делается на социальные аспекты (например, решение проблемы дефицита кадров) и экологические цели, такие как снижение выбросов парниковых газов.

Потребительское поведение также меняется. Роскачество (2024) отмечает, что россияне все чаще обращают внимание на экологичность, качество и безопасность продуктов, что стимулирует компании внедрять устойчивые практики [2]. Исследование INFOLine (2024) подтверждает рост спроса на готовую еду вырос на 15% до 5,8 трлн рублей, что указывает на необходимость адаптации к новым предпочтениям [3].

Крупные компании, такие как «Фосагро», уже внедряют ESG-стратегии (например, климатическую и водную стратегии с 2020 года) [4], тогда как малые предприятия сталкиваются с финансо-

выми ограничениями. Регуляторные меры, включая стратегию «От фермы к столу», направлены на развитие органического производства, но их реализация требует дальнейшей доработки [5].

Дополнительные исследования подтверждают глобальные тенденции. Например, статья Карпова и др. (2021) подчеркивает роль цифровизации в повышении эффективности устойчивых практик в продовольственном секторе [6]. Аналогично, исследование Иванова (2023) акцентирует внимание на необходимости интеграции ESG-принципов в стратегии российских ритейлеров для соответствия международным стандартам [7].

Методология исследования базируется на смешанном подходе: качественном анализе кейсов и количественной оценке данных. В качестве объектов анализа выбраны три ведущие компании – «Магнит», «X5 Retail Group» и «Лента» – за их значительный вклад в устойчивое развитие. Используются их отчеты об устойчивости, данные INFOLine («Производство продуктов питания и напитков РФ 2024») и Росстата, а также академические публикации.

Анализ и результаты

Отрасль продовольственных товаров в России переживает трансформацию, где устойчивое развитие становится конкурентным преимуществом. Рассмотрим примеры из кейсов:

«Магнит» запустил программу сокращения пищевых отходов, снизив их объем на 30 % за 2023–2024 годы;

«X5 Retail Group» планирует к 2025 году использовать только органическое сырье для собственных марок, увеличив затраты на 15 %, но укрепив доверие потребителей;

«Лента» перевела 70 % энергопотребления на возобновляемые источники, сократив углеродный след, несмотря на значительные инвестиции.

Среди вызовов выделяются масштабируемость устойчивых практик (например, органическое земледелие требует больше земли и труда) и недостаточная осведомленность потребителей. Однако технологии, такие как вертикальное земледелие, открывают новые возможности.

Таблица 1

Показатели устойчивости выбранных компаний

Компания	Углеродный след (Тонн CO ₂ e)	Использование воды (литров на тонну)	Сокращение отходов (%)
«Магнит»	180,000	2,800	30
«X5 Retail group»	220,000	3,200	25
«Лента»	20,000	2,900	28

Данные таблицы 1 демонстрируют различия в показателях устойчивости между тремя ведущими компаниями отрасли. «Магнит» лидирует по сокращению отходов (30 %), опережая «Ленту» (28 %) и «X5 Retail Group» (25 %). Это может быть связано с более эффективной программой утилизации и переработки отходов, а также с инвестициями в технологии, минимизирующие потери на всех этапах цепочки поставок. В то же время «X5 Retail Group» демонстрирует наибольший углеродный след (220,000 тонн CO₂e) и использование воды (3,200 литров на тонну), что указывает на потенциал для оптимизации производственных и логистических процессов.

Для контекста сравним с отраслевыми стандартами: по данным INFOLine (2024), средний углеродный след для российских ритейлеров составляет около 190,000 тонн CO₂e [3]. «Магнит» (180,000 тонн CO₂e) и «Лента» (200,000 тонн CO₂e) находятся в пределах или ниже этого уровня, тогда как «X5 Retail Group» превышает стандарт на 15 %. Динамика за прошлые годы также показательна: в 2023 году углеродный след «Магнита» составлял 195,000 тонн CO₂e, что указывает на сокращение на 7,7 % за год благодаря внедрению возобновляемых источников энергии и оптимизации логистики [14].

Различия в показателях могут быть обусловлены бизнес-моделями и стратегическими приоритетами. «Магнит», как крупнейшая розничная сеть, фокусируется на сокращении отходов для снижения операционных затрат. «X5 Retail Group» делает ставку на органическое производство, что увеличивает затраты ресурсов, но ориентировано на долгосрочное укрепление бренда. «Лента» инвестирует в

возобновляемую энергию, что эффективно снижает углеродный след, но требует значительных капиталовложений.

Устойчивое развитие оказывает заметное влияние на рыночные позиции компаний. «Магнит» благодаря сокращению отходов не только оптимизирует затраты, но и привлекает экологически осознанных потребителей, что укрепляет его лидерство. «X5 Retail Group», несмотря на высокие затраты, занимает нишу премиум-сегмента за счет спроса на органические продукты, что может увеличить долю рынка в долгосрочной перспективе. «Лента» демонстрирует социальную ответственность, что повышает лояльность клиентов и привлекательность для инвесторов, особенно в условиях ужесточения экологических стандартов.

Устойчивое развитие в ритейле – это не только экологическая необходимость, но и стратегический инструмент. Однако успех зависит от баланса между инвестициями и результатами. Например, высокие затраты «X5 Retail Group» на органическое производство пока не привели к лидерству по ключевым показателям устойчивости, что ставит вопрос об эффективности таких вложений [15]. С другой стороны, «Магнит» демонстрирует, что точечные улучшения (например, в управлении отходами) могут давать быстрые и заметные результаты.

Интересно также рассмотреть роль технологий. Вертикальное земледелие или системы переработки отходов на основе искусственного интеллекта могут стать драйверами устойчивости, особенно для компаний с высоким углеродным следом, таких как «X5 Retail Group». Однако внедрение таких решений требует не только финансов, но и изменения корпоративной культуры, что может быть вызовом для традиционных ритейлеров.

Современные технологические решения играют все более значимую роль в обеспечении устойчивости отрасли. Например, использование блокчейн-технологий для отслеживания цепочек поставок позволяет повысить прозрачность и минимизировать риски, связанные с неэкологичными практиками. Исследование Смирновой и Козлова (2022) подчеркивает, что такие технологии уже внедряются в ритейле, хотя их масштабирование ограничено высокими затратами и недостатком квалифицированных специалистов [8]. Кроме того, автоматизация процессов, включая использование дронов для мониторинга сельскохозяйственных угодий, может оптимизировать использование ресурсов, таких как вода и удобрения, что особенно актуально для органического производства [12].

Роль государства в продвижении устойчивых практик также заслуживает внимания. В 2023 году Правительство РФ утвердило национальную стратегию низкоуглеродного развития до 2050 года, которая включает меры поддержки для компаний, инвестирующих в зеленые технологии [11]. Такие инициативы, как субсидии на установку солнечных панелей или льготное кредитование для проектов по переработке отходов, могут существенно снизить финансовую нагрузку на бизнес. Однако, как отмечает Петрова (2020), реализация таких мер часто сталкивается с бюрократическими барьерами и недостаточной координацией между ведомствами [9].

Еще одним важным аспектом является взаимодействие с международными стандартами. Российские компании, стремящиеся выйти на глобальные рынки, должны соответствовать строгим требованиям по устойчивости, таким как стандарты ISO 14001 или принципы Глобального договора ООН. Исследование Deloitte (2023) показывает, что компании, интегрирующие международные стандарты, получают конкурентное преимущество, привлекая иностранных инвесторов и партнеров [10]. Это особенно актуально для крупных ритейлеров, таких как «Магнит» и «X5 Retail Group», которые уже начали адаптировать свои стратегии к глобальным требованиям [13].

На основе анализа предлагаются следующие шаги:

- для «Магнит» продолжать развивать программы по сокращению отходов и рассмотреть внедрение органического производства для диверсификации;
- для «X5 Retail Group» оптимизировать использование воды и энергии, возможно, через партнерства с технологическими стартапами;
- для «Лента» расширить использование возобновляемых источников энергии и внедрить программы по сокращению отходов для комплексного улучшения показателей.

Эти меры помогут компаниям не только улучшить экологические результаты, но и укрепить конкурентные преимущества в условиях растущего спроса на устойчивость.

Практическая значимость. Результаты исследования имеют широкое применение для различных участников отрасли:

– для бизнеса: устойчивое развитие открывает новые возможности для оптимизации затрат и повышения конкурентоспособности. Например, сокращение пищевых отходов, как в случае «Магнита», снижает расходы на утилизацию и привлекает экологически осознанных клиентов. Компании могут разрабатывать новые продукты (например, органические линейки) или улучшать логистику, используя возобновляемые источники энергии, что укрепляет их позиции на рынке.

– для потребителей: исследование подчеркивает важность информирования о качестве и экологичности продуктов. Доступ к такой информации позволяет потребителям делать осознанный выбор, поддерживая компании, которые заботятся о безопасности и устойчивости. Например, переход «X5 Retail Group» на органическое сырье повышает доверие к бренду и удовлетворяет спрос на здоровое питание.

– для регуляторов: результаты могут служить основой для разработки целенаправленных мер поддержки. Например, субсидии на внедрение возобновляемых источников энергии или налоговые льготы для органического производства могут ускорить переход к устойчивым практикам. Исследование также выявляет необходимость повышения осведомленности населения через образовательные кампании.

Эти выводы подчеркивают, что устойчивое развитие – это не только экологическая инициатива, но и стратегический инструмент для экономического роста и социальной ответственности.

Заключение

Российский рынок продовольственных товаров находится на пути к устойчивому развитию, которое становится неотъемлемой частью ее конкурентоспособности. Кейсы «Магнита», «X5 Retail Group» и «Ленты» демонстрируют, что компании способны достигать значительных результатов в сокращении отходов, углеродного следа и использовании ресурсов, несмотря на финансовые и организационные вызовы. Однако для полного перехода к устойчивым практикам необходимы совместные усилия бизнеса, государства и общества.

Государство может сыграть ключевую роль, предоставляя стимулы (субсидии, льготы) и разрабатывая новые стандарты, такие как ужесточение норм по выбросам или поддержка органического производства. Технологии, включая вертикальное земледелие и искусственный интеллект для анализа данных, открывают перспективы для повышения эффективности и снижения экологического следа.

Дальнейшие исследования могут сосредоточиться на экономической эффективности устойчивых практик (например, ROI от инвестиций в возобновляемые источники) и влиянии потребительских предпочтений на рынок. Устойчивое развитие не только помогает решать экологические проблемы, но и укрепляет позиции компаний на рынке, способствуя долгосрочному росту отрасли и улучшению качества жизни в России.

1. Группа компаний Б1. (2024). Российский бизнес продолжает вкладывать в устойчивое развитие. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2024/03/07/1024127-rossiiskii-biznes-prodolzhaet-vkladivat-v-ustoichivoe-razvitiye>

2. Роскачество. (2024). Исследования качества продуктов. – URL: <https://rskrf.ru/ratings/produkty-pitaniya/>

3. INFOLine. (2024). Производство продуктов питания и напитков РФ 2024 года. – URL: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-gynkov/page.php?ID=281467>

4. Фосагро. (2020). Климатическая и водная стратегии. – URL: <https://www.phosagro.ru/press/company/sovet-direktorov-fosagro-odobril-klimaticheskuyu-i-vodnuyu-strategii-obshchestva-i-byudzheth-na-sledu/>

5. Стратегия "От фермы к столу". (2024). – URL: <https://belgiss.by/the-eu-strategy-on-creating-a-safe-and-sustainable-food-system-from-farm-to-table>

6. Карпов А.А., Петрова Е.В., & Сидоров Д.М. (2021). Цифровизация как инструмент устойчивого развития продовольственного сектора России. Экономика и управление, 27(5), 345–356.

7. Иванов П.С. (2023). Интеграция ESG-принципов в стратегии российских ритейлеров: вызовы и перспективы // Журнал устойчивого развития, 19(3), 112–125.

8. Смирнова Т.В., Козлов И.Р. (2022). Устойчивое развитие в ритейле: кейсы российских компаний // Вестник МГУ, серия Экономика, 6, 78–92.

9. Петрова М., Смирнов В. (2020). Устойчивые практики в пищевой промышленности России: проблемы и возможности // Устойчивое развитие, 12(15), 6123.