

Средняя производительность нового раскройного комплекса составляет от 4 бревен в час. Тогда с учетом годового фонда рабочего времени, составляющего 2 038 часов, годовая производительность оборудования составит:

$$4 \text{ бревна} \cdot 2\,038 \text{ час.} = 8\,152 \text{ бревна.}$$

Таким образом, в качестве проекта по развитию производственного потенциала Мозырского опытного лесхоза было предложено внедрение оцилиндровочного станка «Алтай-ОС 550». Руководителем проекта следует назначить главного лесничего, поставщиком является ООО «Ева-Алтай». В основную команду проекта входят руководитель проекта, заказчик, инициатор, спонсор, поставщик и потребители конечной продукции, в расширенную – поставщик, а заинтересованными сторонами является вся команда проекта. Данный проект способствует увеличению оцилиндровки дров на 2 076 бревен в год, а также позволит снизить затраты на оплату труда на 57,9 тыс. руб. в год, а также сократить обслуживающий персонал с 6 до 3 человек. Срок реализации проекта составит 47 дней.

### Список использованной литературы

1 Ерыгин, Ю. В. Потенциал: содержание понятия и его структура / Ю. В. Ерыгин, Т. Р. Улицкая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://science-bsea.narod.ru/2008/ekonom\\_2008/erygin\\_potencial.htm](http://science-bsea.narod.ru/2008/ekonom_2008/erygin_potencial.htm). – Дата доступа: 14.02.2025.

2 Анализ эффективности деятельности предприятия: учеб. пособие / И. И. Мазурова [и др.]. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 113 с.

#### **П. А. СТОРЧЕВАЯ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. В. Орлова**

### **ESG-КОНЦЕПЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМ БИЗНЕСОМ**

В современном мире бизнес играет ключевую роль в достижении устойчивого развития, оказывая значительное влияние на экономику, общество и окружающую среду. Традиционно компании оценивали свою эффективность исключительно на основе финансовых показателей, однако в последние десятилетия требования к прозрачности и ответственности бизнеса значительно возросли. Инвесторы, партнеры, потребители и государственные органы ожидают от компаний не только высокой прибыльности, но и ответственного ведения деятельности, минимизации негативного воздействия на природу, создания комфортных условий труда и соблюдения принципов корпоративного управления.

В этой связи ESG-концепция (Environmental, Social, Governance) на сегодняшний день становится важным инструментом оценки деятельности компаний с точки зрения устойчивого развития. Своё начало концепция ESG-отчетности берёт с середины XX века.

**1 этап (1950–1970-е годы) – зарождение корпоративной социальной ответственности (CSR).** В послевоенный период начали появляться первые идеи о социальной ответственности бизнеса. В 1953 году американский экономист Г. Боуэн опубликовал книгу *Social Responsibilities of the Businessman*, в которой впервые обозначил концепцию корпоративной социальной ответственности. В 1976 году Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) приняла Руководящие принципы для многонациональных предприятий, впервые обозначив необходимость ответственного ведения бизнеса.

Актуальность зарождения этой концепции была обусловлена, прежде всего, стремлением привлечь инвесторов, а также усилением репутации компании и повышением доверия со стороны общества. В профессиональной среде именно инвесторы

начали обращать внимание на показатели деятельности компаний, оценивая их ответственность, устойчивость к рискам и отношение к сотрудникам. В результате многие компании стали публиковать отчеты о своих благотворительных и социальных инициативах, подчеркивая приверженность принципам устойчивого развития. Это обусловило появление второго этапа в становлении нефинансовой отчетности [1].

**2 этап (1980–1990-е годы) – формирование стандартов отчетности в области устойчивого развития.** В 1987 году был опубликован доклад Наше общее будущее (Brundtland Report) под эгидой ООН, который ввел в оборот термин «устойчивое развитие», а уже в 1990-е годы началось формирование первых стандартов корпоративной отчетности по устойчивому развитию. В 1997 году была создана Глобальная инициатива по отчетности (GRI – Global Reporting Initiative), которая разработала первый стандарт нефинансовой отчетности – структурированную систему показателей, с помощью которой компания может осознать свою устойчивость и рассказать об этом широкой аудитории. Спустя некоторое время, была выпущена первая серия руководств по новой системе отчетности. В 1999 году ООН инициировала Глобальный договор (UN Global Compact), призвав компании соблюдать 10 принципов в области прав человека, труда, окружающей среды и антикоррупции (уже в середине 2000-х гг. сотни организаций по всему миру добровольно внедряли принципы, предложенные GRI).

**3 этап (2000–2005 годы) – официальное введение ESG-концепции.** В 2004 году термин «ESG» был официально введен в употребление в отчете ООН Who Cares Wins («Кому не все равно – тот выигрывает»), подготовленном при поддержке 20 крупнейших финансовых организаций. В нем подчеркивалась важность учета ESG-факторов в инвестиционной деятельности. В 2005 году ООН инициировала создание Принципов ответственного инвестирования (PRI – Principles for Responsible Investment), под которыми подписались инвесторы с совокупными вложениями более \$120 трлн, предполагают раскрытие в отчетности не только качественных, но и количественных показателей.

**4 этап (2010-е годы) – закрепление ESG-отчетности как международного стандарта.** Этот период характеризуется следующим:

- ESG-отчетность становится стандартом для крупных корпораций;
- в 2015 году ООН приняла Цели устойчивого развития (SDGs – Sustainable Development Goals), которые усилили глобальный интерес к устойчивому развитию;
- в 2017 году была создана Рабочая группа по раскрытию финансовой информации, связанной с климатическими рисками (TCFD – Task Force on Climate-related Financial Disclosures), разработавшая рекомендации по отчетности о климатических рисках;
- в 2018 году Европейский союз принял Директиву о нефинансовой отчетности (NFRD – Non-Financial Reporting Directive), обязывающую крупные компании раскрывать данные о своем влиянии на окружающую среду и общество.

**5 этап (2020-е гг.) – регулирование ESG-отчетности на государственном уровне:**

- ESG-отчетность приобрела обязательный статус во многих странах. В настоящее время 38 государств внедрили требования по обязательному раскрытию ESG-данных в корпоративной отчетности;
- в 2021 году ЕС принял Регламент по раскрытию информации о устойчивом финансировании (SFDR – Sustainable Finance Disclosure Regulation), устанавливающий жесткие требования к раскрытию ESG-данных;
- в 2022 году Международная организация по стандартам (ISO) выпустила ISO 14097, устанавливающий стандарты оценки климатических рисков в инвестициях;
- в США Комиссия по ценным бумагам и биржам (SEC) разрабатывает новые требования к ESG-отчетности, которые должны вступить в силу в ближайшие годы.

ESG-отчетность – информация о деятельности компании в экологической, социальной, экономической сферах и в области корпоративного управления за отчетный

период (как правило, финансовый год). В настоящее время популярность концепции обусловлена не только растущим интересом к проблемам экологии и социальной ответственности, а конкретной выгодой для бизнеса в таких направлениях, как: усиление HR-бренда (следование принципам ESG привлекает внимание соискателей; современное поколение хочет быть причастными к глобальным социальным и экологическим проектам и работать в компаниях, чьи ценности и подход они разделяют; соблюдение этих условий напрямую влияет на лояльность персонала); интерес со стороны инвесторов (инвесторы опираются на все виды показателей, чтобы оценить эффективность работы и потенциал роста компании; надежная практика в области ESG и прозрачность отчетности с большей вероятностью привлекают инвесторов, что приведет к увеличению притока капитала); более широкое распространение ESG-отчетности позволяет правительству сформировать более полное представление о вкладе бизнеса в достижение ЦУР (когда существует единая классификации и показатели, понятные и государственному, и частному сектору, финансирование устойчивого развития становится более эффективным, т. к. государственные органы могут направить средства в те сферы, где они больше всего необходимы).

ESG-отчетность обеспечивает информационную прозрачность и открытость компании для заинтересованных сторон: регуляторы, биржи, ESG-ориентированные инвесторы, широкая общественность. Существует несколько авторитетных концепций и стандартов ESG-отчетности: Global Reporting Initiative, Sustainability Accounting Standards Board, Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, Carbon Disclosure Project [2].

Рассмотрим примеры применения ESG-отчетности.

– Европейский Союз (ЕС). В рамках Регламента по раскрытию информации о устойчивом финансировании (SFDR) компании и финансовые учреждения обязаны предоставлять ESG-отчеты, чтобы инвесторы могли оценивать устойчивость их деятельности;

– США. Крупные корпорации, такие как Microsoft и Apple, публикуют ESG-отчеты, раскрывая данные о выбросах углерода, социальных инициативах и корпоративном управлении. Комиссия по ценным бумагам и биржам (SEC) также разрабатывает требования к раскрытию климатических рисков;

– Великобритания. Введена обязательная отчетность по климатическим рискам в соответствии с рекомендациями Рабочей группы по раскрытию финансовой информации, связанной с климатом (TCFD). Банки и инвестиционные компании анализируют ESG-факторы при принятии решений;

– Китай. Государственные компании и крупные предприятия обязаны предоставлять ESG-отчеты. Власти страны активно продвигают устойчивое финансирование и инвестиции в «зеленую» экономику.

Говоря про ESG-отчетность в Республике Беларусь стоит отметить, что большинство компаний в Беларуси пока не ведут ESG-отчетность, поскольку на государственном уровне отсутствуют обязательные требования к ее предоставлению (понятие «нефинансовая отчетность» до сих пор не определено в законодательстве), а сам процесс подготовки таких отчетов требует значительных ресурсов, как финансовых, так и организационных. Многие предприятия не видят необходимости в долгосрочном планировании с учетом экологических, социальных и управленческих факторов. Кроме того, низкая осведомленность о преимуществах ESG-отчетности и отсутствие давления со стороны инвесторов или регулирующих органов снижают мотивацию бизнеса к ее внедрению. Для большинства белорусских компаний ключевым фактором остается экономическая целесообразность, а ESG-отчетность пока не воспринимается как обязательный инструмент для успешного ведения бизнеса. Однако белорусские компании, работающие с международными партнерами, стремятся соответствовать мировым стандартам, таким как GRI и SASB.

На сегодняшний день, необходимость постепенного внедрения нефинансовой отчетности подчеркивается в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года. Данная цель также закреплена в Государственной программе

«Управление государственными финансами и регулирование финансового рынка», в рамках которой планируется разработка концепции развития нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации [4].

### Список использованной литературы

1 Ерохина, Т. Б. Концепция устойчивого роста (ESG) как инструмент для привлечения инвесторов / Т. Б. Ерохина, М. Д. Хакимова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2022. – № 1. – С. 29–34.

2 Что такое ESG-принципы и как компании могут внедрять их в свою деятельность [Электронный ресурс] // IBS. – Режим доступа: <https://ibs.ru/media/chto-takoe-esg-printsipy-i-kak-kompanii-mogut-vnedryat-ikh-v-svoyu-deyatelnost/>. – Дата доступа: 13.02.2025.

3 Гореликова, Н. В. Роль ESG-отчетности в современном мире / Н. В. Гореликова // Вестник науки и образования. – 2021. – № 2 (104). – С. 45–50.

4 Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/Obsugdaem%20NPA/NSUR-2035-1.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2025.

**А. А. ФАЙЗУЛЛИНА**

(г. Уфа, Уфимский университет науки и технологий)

Науч. рук. **З. Ф. Ибрагимова,**

канд. экон. наук, доц.

### ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Бренды неразрывно связаны с современной жизнью человека – всё чаще бренд предприятия является ключевым фактором принятия решения о покупке товара или услуги. Эффективный брендинг способствует расширению географии сбыта. Бренд становится надежным знаком качества для потребителей, что способствует укреплению позиций предприятия на мировом рынке. Такие компании как Apple и Adidas относят в список самых узнаваемых брендов в мире. Популярность бренда корпорации является показателем ее успеха, поэтому рассмотрим опыт создания и продвижения этих зарубежных торговых марок на внешние рынки.

1 Apple. Apple Inc. – американская транснациональная технологическая компания, основанная в 1976 году и на сегодняшний день являющейся одной из самых влиятельных технологических компаний мира. Apple специализируется на разработке, производстве и продаже бытовой электроники, программного обеспечения и онлайн-сервисов. Продукты компании включают такие известные устройства, как iPhone, MacBook, iPad, а также аксессуары и программное обеспечение, включая операционные системы macOS и iOS. США является крупнейшим рынком для компании, также значительна доля в выручке в Японии, Китае и ряде европейских стран.

Компания славится своим уникальным подходом к дизайну и инновациям, который сочетает в себе эстетику, функциональность и удобство использования. Их продукты известны своей элегантностью, минимализмом и высокой производительностью. Это помогло Apple создать одну из самых лояльных аудиторий среди потребителей, которая ценит бренд за его внимание к деталям и стремление к совершенству.

Apple активно развивает экосистему своих продуктов и сервисов, таких как App Store, iTunes, Apple Music, Apple TV+ и другие. Эти сервисы позволяют пользователям легко интегрировать свои устройства и получать доступ к контенту и приложениям через единую учетную запись. Такая интеграция помогает удерживать клиентов внутри экосистемы Apple, увеличивая их лояльность и приверженность бренду.