

ISSN 2587-9219



СибАК
www.sibac.info

**СБОРНИК СТАТЕЙ ПО МАТЕРИАЛАМ LXXIII – LXXIV
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК И СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА



№8-9(57)

г. НОВОСИБИРСК, 2023



АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК И СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

*Сборник статей по материалам
LXXIII–LXXIV международной научно-практической
конференции*

№ 8–9 (57)
Сентябрь 2023 г.

Издается с августа 2017 года

Новосибирск
2023

Председатель редакционной коллегии:

Толстолесова Людмила Анатольевна – д-р экон. наук, доц., проф. кафедры финансов, денежного обращения и кредита Тюменского государственного университета.

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

Костылева Светлана Юрьевна – канд. экон. наук, канд. филол. наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС);

Травкина Елена Владимировна – д-р экон. наук, доцент, проф. кафедры банковского дела, Саратовский государственный социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

А43 Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента / Сб. ст. по материалам LXXIII–LXXIV междунар. науч.-практ. конф. № 8–9 (57). Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», 2023. 76 с.

Учредитель: ООО «СибАК»

Статьи сборника «Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента» размещаются в полнотекстовом формате на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

При перепечатке материалов издания ссылка на сборник статей обязательна.

Оглавление

Секция «Банковское и страховое дело»	5
РАЗВИТИЕ ESG-ИНСТРУМЕНТАРИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ БАНКОВ Кармалито Алексей Алексеевич	5
Секция «Мировая экономика и международные экономические отношения»	10
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ Иманбекова Елнура Жанабековна	10
ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО РОСТА СТРАН ЗАПАДНОЙ АФРИКИ Кулаговская Татьяна Анатольевна Йео Наннеин	14
Секция «Правовое регулирование социально-экономических отношений»	19
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ ВЬЕТНАМА Буй Тхи Нгуен	19
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ Макаров Константин Олегович	26
Секция «Теория управления экономическими системами»	31
ОТВЕТСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА: КЕЙСЫ КОМПАНИЙ UNILEVER И RENAULT Калмакова Динара Танаткызы	31
Секция «Экономика и управление качеством»	37
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ КУБОКАЧУС НА ПРИМЕРЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПЛИТ ГАЗОВЫХ С ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ДУХОВКОЙ Крамор Диана Дмитриевна Светалкин Евгений Михайлович	37

СЕКЦИЯ

«ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ»

ОТВЕТСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА: КЕЙСЫ КОМПАНИЙ UNILEVER И RENAULT

Калмакова Динара Танаткызы

*магистр экономических наук, преподаватель,
Казахский Национальный университет
имени аль-Фараби,*

*Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: dina.kalmakova@gmail.com*

В последние десятилетия для корпоративного сектора становится все более актуальным внедрение принципов ответственного производства в собственную практику для достижения целей устойчивого развития. Отсутствие приверженности принципам ответственного производства может привести к экологической деградации, нехватке ресурсов и рискам для здоровья человека. Ответственное производство предполагает постепенное изменение производственной модели в направлении более устойчивого будущего. Цель ответственного производства состоит в том, чтобы «делать больше и лучше с меньшими затратами» [8].

Однако в научном сообществе существует мнение о том, что приверженность принципам ответственного производства не способна сопровождаться положительными финансовыми показателями. Вопрос о том, могут ли инвестиции в области ответственного производства привести к улучшению финансовых показателей, интенсивно обсуждался в течение последних десятилетий [9,10,11]. На основе анализа 1470 производственных фирм, зарегистрированных на китайском фондовом рынке в период с 2008 по 2015 гг., Мао и др. выявили, что реализация принципов ответственного производства увеличивает операционные расходы [9].

Сонг [10] исследовал взаимосвязь между экологическим менеджментом и финансовыми показателями китайских компаний в период с 2007 по 2011 годы. Результаты показали, что экологический менеджмент в значительной степени положительно связан с финансовыми

показателями компаний. В исследовании Зенг [11] также было выявлено, что приверженность принципам ответственного производства оказывает общее положительное влияние на бизнес-показатели фирмы. Таким образом, обзор литературы показал неоднозначность взаимосвязи между реализацией принципов ответственного производства и показателями финансовой эффективности. Цель данной статьи – рассмотреть опыт реализации принципов ответственного производства и связанные с ними показатели финансовой результативности на примере кейсов компаний Unilever и Renault.

Кейс компании Unilever

Unilever – один из мировых лидеров по производству потребительских товаров повседневного спроса. Продукты компании охватывают рынки более чем 170 стран мира: чай Lipton, майонез Calve, чистящие средства Domestos и Cif, средства по уходу за собой Rexona, Sunsilk, Timotei, Dove, Axe [1].

Продукты компании Unilever делятся на четыре категории: товары по уходу за собой, товары по уходу за домом, продукты питания и освежающие продукты. В категорию средств по уходу за собой входят антиперсперанты, средства для ухода за кожей, волосами и полостью рта. К брендам этой группы относятся Dove, Rexona, Sunsilk, Axe, Close Up и другие. Средства по уходу за домом в Unilever – это такие категории товаров, как кондиционеры для белья, стиральные порошки, мыло, а также средства для мытья посуды и очистки поверхностей. Известные бренды этого сегмента – Omo, Cif, Domestos и Sunlight. Сегмент продуктов питания включает супы, бульоны, соусы, снеки, майонез, заправки для салатов, маргарин, спреды. Популярные бренды этой продуктовой категории – Knorr, Rama, Hellmann's и Amora. Категория освежающих продуктов включает мороженое, холодные напитки на основе чая, а также продукты для похудения и обогащенные витаминами товары первой необходимости, продающиеся в развивающихся странах. Наиболее продаваемые в мире бренды этой категории – Heartbrand, Lipton, Slim-Fast, Becel и Flora [1].

Применение принципов ответственного производства в компании Unilever

Для достижения максимально возможного эффекта компания внедряет принципы ответственного производства на примере крупнейших брендов. Ключевыми стратегиями, используемыми в практике компании являются переработка и уменьшение используемого пластика.

Бренд ОМО использует в своих бутылках от 25% до 100% переработанного пластика. По всей Европе и Северной Америке Hellmann's также использует 100% переработанные бутылки из-под майонеза.

Также компания предлагает усилия для сокращения общего количества пластика, используемого в упаковке. Один из способов – переход на альтернативные упаковочные материалы, позволяющие полностью отказаться от пластика в некоторых продуктах. Во Франции бренд Skip разработал картонную коробку для капсул для стирки, которая позволяет экономить около 6000 тонн пластика в год. В Великобритании Carte D'Or перевела весь свой ассортимент с пластиковых упаковок на бумажные пакеты, пригодные для вторичной переработки, что позволяет ежегодно экономить 900 тонн пластика.

Одним из наиболее успешных примеров приверженности принципам ответственного производства является бренд компании Unilever – Cif.

Разработка моющего средства Cif осуществлялась согласно следующим приоритетным этапам цепочки создания стоимости:

1. Сырье и дизайн: бутылка содержит 50% переработанного пластика. Unilever работает с партнерами, которые производят гранулы на 50% из переработанных бутылок и на 50% из первичного ПЭТ. Таким образом, 418 тонн первичного полимера заменяются переработанным ПЭТ.

2. Производство: концентрированная формула по сравнению с обычными средствами для мытья посуды позволяет потребителю использовать меньше воды (-60%), пластика (-35%) и сократить выбросы CO₂ (-35%).

3. Распространение: продукт производится на заводе, который не отправляет отходы на свалку. Производственный завод, расположенный в Аргентине, благодаря различным инициативам добился сокращения потребления энергии на 35%, выбросов углекислого газа на 25% и образования отходов на 65%. Более того, продукты доставляются к месту продажи с помощью гибридных транспортных средств, которые полностью или частично используют сжатый природный газ – топливо, которое, наряду с экономией затрат, позволяет сократить выбросы углекислого газа на километр пути до 30% по сравнению с обычными дизельными двигателями.

4. Потребление: в точках продаж Unilever разработала наглядные материалы из биопластика, которые на 100% поддаются биологическому разложению, вторичной переработке и обеспечивают сокращение выбросов углекислого газа [7].

Таким образом, опыт компании Unilever отражает ее приверженность принципам ответственного производства. На всех этапах создания, реализации и потребления ключевых продуктов компания применяет такие стратегии, как уменьшение потребления ресурсов и переработка, стремясь максимально сократить негативное влияние на окружающую среду.

Что касается финансовой результативности деятельности компании, то за 2020–2022 гг. наблюдается стабильный рост чистой и операционной прибыли: рост чистой прибыли составил около 36%, операционной прибыли – 29% (Таблица 1). Такие уверенные и стабильные показатели роста прибыли отражают то, что применение принципов ответственного производства может сопровождаться положительными финансовыми результатами.

Таблица 1.

**Динамика изменения показателей прибыли
Unilever за 2020–2022 гг.**

год	Чистая прибыль, млн. €	Операционная прибыль, млн. €
2020	6,073	8,303
2021	6,621	8,702
2022	8,269	10,755

Примечание – составлено автором на основе [4]

Таким образом, кейс компании Unilever показал, что приверженность концепции ответственного производства способна привести к положительным финансовым результатам. При этом компания внедряет такие ключевые стратегии, как переработка и уменьшение используемых ресурсов.

Кейс Renault

Группа Renault – это международная компания с французскими корнями, история которой насчитывает более 115 лет. Группа присутствует в 128 странах и занимается проектированием, производством и продажей легковых и коммерческих автомобилей под тремя брендами: Renault, Dacia и RSM [2].

Renault является пионером в реализации концепции ответственного производства в автомобильной промышленности. Фокусом внимания компании является продление срока службы транспортных средств и компонентов, а также как можно более долгое сохранение в использовании материалов, и как следствие сокращение использования первичных материалов.

Компания внедряет принципы ответственного производства на разных этапах производственного процесса:

- восстановление компонентов транспортных средств, таких как коробки передач и турбокомпрессоры;
- увеличение содержания переработанного пластика;
- повторное использование электрических батарей.

В конце 2020 года группа Renault основала "RE:Factory", первый в Европе специализированный завод замкнутого цикла по производству транспортных средств [5].

Направления деятельности Re-Factory в области ответственного производства

Комплекс представляет собой экосистему из четырех взаимосвязанных и взаимодополняющих областей:

1. Продление срока службы транспортных средств – «Re-trofit»

Ремонт транспортных средств, преобразование тепловых транспортных средств в версии с меньшей углеродной интенсивностью, включая специализированную услугу 3D-печати для изготовления редких деталей.

2. Решения для производства, хранения и управления экологически чистой энергией – «Re-energy»

Оптимизация срока службы батарей, продление срока службы использованных аккумуляторов, управление аккумуляторами с истекшим сроком службы и изучение новых источников энергии, таких как водород.

3. Оптимизация управления ресурсами для поддержки экосистемы – «Re-cycle»

Демонтаж транспортных средств с истекшим сроком службы, восстановление деталей и повторное использование материалов. Renault постоянно увеличивает содержание вторичной переработки в своих автомобилях. Большое количество переработанного пластика, повторно вводимого в систему, экономит от 10% до 15% стоимости первичного материала [3, с.15].

4. Содействие инновациям и обмену знаниями – «Re-start»

Ускорение исследований и распространение знаний об экономике замкнутого цикла и ответственном производстве [5].

Такой комплексный подход к ответственному производству в компании Renault сопровождается положительными финансовыми результатами. В 2019 году, согласно отчету компании, выручка от работ по повторному производству составила около 120 миллионов евро. Валовая прибыль компании увеличилась в период с 2020 по 2022 гг. с 7218 млн.евро до 9246 млн.евро [6].

Таким образом, Renault внедрила циклические стратегии на всех этапах жизненного цикла автомобиля, включая дематериализацию посредством проектирования, а также сбор и демонтаж автомобилей по истечении срока службы, повторное использование, восстановление и переработку отходов [3]. Опыт компании показывает, что стремление к ответственному производству способно привести и приводит к положительным финансовым результатам.

Данное исследование профинансировано Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP19576593)

Список литературы:

1. Бизнес-кейс Unilever «Навстречу новой организации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://portal.tpu.ru/shared/c/chistyakovano/students/ief/cl-unilever-organizational-changes-in-inmarko-rus.pdf> (дата обращения: 21.08.2023)
2. .Официальный сайт компании Renault в Казахстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.renault.kz/ru/discover-renault/the-group.html> (дата обращения: 22.08.2023)
3. **Business cases for the circular economy** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbd.int/business/case-studies/wbcasd-8-business-cases-for-the-circular-economy-en.pdf> (дата обращения: 22.08.2023)
4. Delivering sustainable business performance. Unilever Annual Report and Accounts 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unilever.com/files/92ui5egz/production/257f12db9c95ffa2ed12d6f2e2b3ff67db49fd60.pdf> (дата обращения: 22.08.2023)
5. **Europe's first circular economy factory for vehicles: Renault.** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/group-renault> (дата обращения: 22.08.2023)
6. Income Statement of Renault company. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.yahoo.com/quote/RNO.PA/financials?p=RNO.PA> (дата обращения: 22.08.2023)
7. Kowszyk Y., Maher R. Case studies on Circular Economy models and integration of Sustainable Development Goals in business strategies in the EU and LAC. EU-LAC foundation, October 2018. DOI: 10.12858.1018EN
8. Liu F., Lai K.-h., Cai W. Responsible Production for Sustainability: Concept Analysis and Bibliometric Review // Sustainability. – 2021. №13 – p.1275.
9. Mao Y., Wang J. Is green manufacturing expensive? Empirical evidence from China // International Journal of Production Research. – 2019. – №57. – p.7235-7247
10. Song H., Zhao.C, Zeng J. Can environmental management improve financial performance: An empirical study of A-shares listed companies in China // Journal of Cleaner Production. – 2017. – №141. – p. 1051-1056.
11. Zeng S., Meng X., Yin H., Tam C., Sun L. Impact of cleaner production on business performance // Journal of Cleaner Production. – 2010. – №18. – p. 975-983.