

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра економічної теорії

Магістерська робота

освітній ступінь – магістр

на тему: **«ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА
СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ»**

Виконав: студент 2-го року навчання,

Спеціальності

051 Економіка

Маширенко Владислав Анатолійович

Керівниця Супрун Н. А.,
докторка економічних наук,
професорка

Рецензентка: Іванова Н. Ю.,

к.е.н., доцентка

Магістерська робота захищена з
оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« ____ » _____ 20__ р.

Київ – 2022

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ.....	7
1.1. Теоретичні засади та інституційна рамка формування стратегії сталого розвитку	7
1.2. Екологічна відповідальність як складова стратегії сталого розвитку	14
1.3. Методологічні підходи до оцінки впливу екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компаній.....	23
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОГРАМ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОСИЛЕННЯ СТАЛОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	31
2.1. Світові тенденції екологічної відповідальності як складової стратегії сталого розвитку компаній.....	31
2.2. Становлення інституту екологічної відповідальності в Україні	37
2.3. Оцінювання впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компаній.....	45
Висновки до розділу 2	50
РОЗДІЛ 3. НЕОБХІДНІ УМОВИ ТА ПРОВІДНІ МЕХАНІЗМИ ПОКРАЩЕННЯ ПРОГРАМ/ЗАХОДІВ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ.....	52
3.1. Обґрунтування моделі екологічної відповідальності для українських компаній.....	52
3.2. Перспективи посилення конкурентоспроможності українських компаній через покращення політики екологічної відповідальності	57
Висновки до розділу 3	62
ВИСНОВКИ	64
Список використаних джерел.....	67

ВСТУП

Актуальність теми. Питання екологічної відповідальності для міжнародного бізнесу є добре відомим, оскільки поступове формування сталого та відповідального підходу серед бізнесу в західних країнах відбувається протягом десятків років. В той же час, Україна та національний бізнес став на цей шлях лише починаючи з 1991 року. Саме необхідність інтеграції українського бізнесу та українських компаній до міжнародного ринку актуалізує питання впровадження не лише екологічної відповідальності, але й сталого підходу в цілому. В тому числі, екологічну відповідальність можна вважати інструментом покращення конкурентної позиції компанії, як внаслідок підвищення іміджу, так й підвищення рентабельності та залучення додаткових інвестицій.

Підхід до дослідження сталого розвитку, його наукову рамку та теоретико-методологічну базу для розуміння сутності, завдань та цілей екологічної відповідальності задають роботи таких вчених, як Медоуз Д., Акерман Р., Бауер Р., Дейлі Г., Мікельсон К., Супрун Н., Ковальов Б., Ткаченко Н., Гринів Л. та багато інших.

Сталий розвиток можна вважати напрямком економічної думки, котрий увібрав в себе практики з інших дисциплін, зокрема з менеджменту, конфліктології, соціології, екологічних наук, психології та інших. На основі міждисциплінарного підходу виникає можливість залучити до дослідження представників інших галузей знань та практичної діяльності. Високий інтерес до теми сталого розвитку та екологічної відповідальності, як його складової, свідчить про багатогранність даної теми та демонструє її значущість для людства.

Метою магістерської роботи є розвиток теоретичних та

методологічних основ та розробка рекомендацій для формування основних складових стратегії забезпечення розвитку інституту екологічної відповідальності, як складової сталого розвитку в Україні, для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних компаній.

Для досягнення визначеної мети сформульовано наступні **завдання**:

- розкрити сутність сталого розвитку у розрізі компаній та приватного сектору;
- визначити теоретичні засади та інституційну рамку формування стратегії сталого розвитку;
- розглянути екологічну відповідальність, як невід’ємну складову стратегії сталого розвитку;
- розкрити сутність методологічного підходу до оцінки впливу екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії;
- провести аналіз світових тенденцій розвитку екологічної відповідальності, як складової стратегії сталого розвитку компанії;
- проаналізувати становлення інституту екологічної відповідальності в Україні;
- провести оцінку впливу екологічної відповідальності на рівень конкурентоспроможності компаній;
- сформулювати рекомендації, щодо створення необхідних умов для розвитку інституту екологічної відповідальності в Україні;
- проаналізувати перспективи посилення конкурентоспроможності українських компаній через покращення політики екологічної відповідальності.

Об’єктом дослідження є соціо-економічні відносини між вітчизняними компаніями, громадськими та соціальними інститутами як в Україні, так і в зарубіжних країнах, з приводу формування системи

екологічної відповідальності компаній, як складової стратегії сталого розвитку.

Предметом дослідження є екологічна відповідальність компаній, як складова переходу до сталого розвитку та інструмент підвищення конкурентоспроможності як компанії, так й національної економіки в цілому.

У процесі проведення дослідження було використано широкий перелік методів та інструментів наукового пошуку: логічне та історичне спостереження – для аналізу становлення концепції сталого розвитку; аналіз та синтез – для дослідження інтересів та мотивів стейкхолдерів; економіко-статистичного дослідження – для аналізу відповідних процесів, в тому числі звітності компаній; метод узагальнення – для створення логічних висновків та, відповідно, надання рекомендацій.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у систематизації теоретико-методологічних та практичних складових екологічної відповідальності, як складової стратегії сталого розвитку компанії; а також у подальшому розвитку теоретичних засад впровадження екологічної відповідальності в Україні. Положення кваліфікаційної роботи, що визначають її новизну полягають у наступному:

удосконалено:

- теоретико-методологічну базу дослідження екологічної відповідальності, як складової стратегії сталого розвитку;
- порядок проведення аналізу ефективності екологічної відповідальності;

визначено:

- особливості формування підходу до екологічної відповідальності в Україні та складності, котрі перешкоджають впровадженню політики ЕВ;

- тенденції вітчизняних компаній у сфері екологічної відповідальності та точки відставання вітчизняного бізнесу від міжнародного;

сформовано:

- методологічний підхід до оцінки ефективності екологічно-відповідальної діяльності підприємства через призму мотивів та потреб окремих груп стейкхолдерів;
- теоретичні підходи до визначення взаємозв'язку між політикою екологічної відповідальності та конкурентною позицією компанії;
- рекомендації, щодо формування сприятливого середовища для розвитку екологічної відповідальності в Україні.

Практичне значення одержаних результатів. Результати даного дослідження можуть бути застосовані не лише для подальших теоретичних досліджень, але й для формування місцевої, регіональної та державної політики у сфері екологічної відповідальності компаній. Окрім цього, результати даного дослідження, мають практичне значення для менеджменту вітчизняних компаній, оскільки демонструють наявність зв'язку між впровадженням екологічно-відповідальних практик та підвищенням конкурентоспроможності компаній, їх іміджу та фінансово-економічних показників.

Дана кваліфікаційна робота складається з 74 сторінок, 6 таблиць та 13 рисунків, 1 формули та 66 використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

1.1. Теоретичні засади та інституційна рамка формування стратегії сталого розвитку

Термін “сталий розвиток” є україномовним відповідником англomовного терміну “sustainable development”. Даний термін було запропоновано Організацією Об’єднаних Націй в 1987 році, як такий, що відображає синергію між різними сферами загальнолюдського розвитку [1]. Сам термін “сталий розвиток”, незважаючи на те, що він є офіційним відповідником в українській мові, не можна вважати повним визначенням. В більш розширеному, комплексному, варіанті його можна трактувати як “самопідтримуваний розвиток”.

В найбільш поширеному визначенні, сталий розвиток можна витлумачити, як розвиток, що дозволяє задовольнити потреби нинішніх поколінь, не посягаючи на здатність майбутніх поколінь до задоволення їх власних потреб [2].

Стратегія сталого розвитку розглядається як альтернатива концепції екстенсивного економічного зростання, котра зміщує акцент з отримання короткострокової економічної вигоди, на прискіпливу увагу до більш далекоглядного планування. Стратегія сталого розвитку має забезпечувати економічне зростання, але у такій комбінації виробничих факторів, що

враховує не лише економічні питання, але й питання екологічної та соціальної сфери.

Завданням сталого розвитку є узгодження потреб різних сфер людського розвитку з метою досягнення рівноважного стану, коли три сфери не наносять шкоди одна одній. "Всесвітня стратегія охорони природи", що була презентована Спілкою охорони природи, проголосила принцип: збереження природи нерозривно пов'язане з питанням суспільного розвитку, а суспільний розвиток має відбуватися за умови збереження природи [3]. Стратегія обґрунтовувала принцип, що для досягнення сталого (самопідтримуючого розвитку), основним завданням має стати зміна відношення людини в цілому (та суспільства загалом) до навколишнього середовища в першу чергу шляхом створення нового підходу до екологічної етики та розвитку екологічної відповідальності. Саме це, в майбутньому, мало стати запорукою гармонійного розвитку людства та підтримки природи. Також, стратегія обґрунтовує ідею, що від відповідального ставлення людства до навколишнього середовища залежить не лише добробут людства, але й його виживання.

Виходячи з праці Германа Дейлі, сталий розвиток, це такий розвиток, за якого економічне зростання не виходить за межі максимально допустимої сукупності людських впливів (екстерналій), таких як викиди, надлишкове споживання енергії, знищення природних ресурсів, руйнувань природних територій; тобто такий тип розвитку, за якого зберігається здатність біосфери абсорбувати екстерналії людського розвитку без невідвортної зміни її стану [3].

Стратегія сталого розвитку має ґрунтуватися, відповідно, на міждисциплінарній інституційній рамці (міждисциплінарному підході), що включає в себе синтез методології та підходів з різних галузей людського знання: економічної науки, соціології, інших соціальних та екологічних наук.

Вивчення сталого розвитку, таким чином, має ґрунтуватися не лише на окремому вивченні екологічної, економічної та соціальної складової, але й на синтезі отриманих результатів та запропонованих ідей в рамках системи “суспільство-природа”. Такі дослідження доцільно проводити з використанням різноманітних методів отримання первинної та вторинної інформації.

Первинну інформацію можна отримувати шляхом проведення прямих соціологічних, екологічних та економічних досліджень. Вторинна інформація, відповідно, передбачає опрацювання та вторинну обробку статистичних даних, отриманих від дослідницьких організацій, недержавних дослідницьких проєктів, державних та регіональних органів статистики, за допомогою інформаційних систем і технологій моделювання.

Сталий розвиток доцільно розглядати як концепцію, котра має основну (генеральну) мету та основне (генеральне завдання). В рамках даної стратегії, основною метою можна вважати збереження людства, а основним завданням - збереження умов, котрі уможливають подальше зростання та зберігають можливості для подальшого розвитку людства [4].

Тобто, головним завданням стратегії сталого розвитку є забезпечення умов збалансованого функціонування екологічної, соціальної та економічної складових загальних системи “суспільство-природа”, що включає в себе, в тому числі:

- Оцінку стану економічної, екологічної та соціальної систем;
- Синтез досліджень кожної з підсистем з метою оцінки загального стану системи “суспільство-природа”;
- Вибір комплексу показників, що уможливають надання достовірних оцінок;
- Розробку концепції соціальної та екологічної відповідальності;

- Розробку стратегій національного та регіонального сталого розвитку;
- Розробку концепцій сталого розвитку окремих компаній;
- Формування механізмів розробки, реалізації та оцінки управлінських рішень всередині окремих компаній, що забезпечують досягнення сталого розвитку.

Важливо розуміти, що сталий розвиток є концептуальним поняттям, котре доцільно сприймати як ідеологічний концепт, котрий ставить за мету змістити основний акцент з традиційного (екстенсивного) економічного зростання, на більш відповідальний підхід, як в рамках світової економіки, так і в рамках національної економіки (як складової загальносвітової системи), так і в рамках кожної окремої компанії (як складових національної економіки).

Необхідність зміни парадигми розвитку пояснюється з кризовими явищами в суспільному розвитку, в тому числі в зв'язку зі збільшенням населення, погіршенням стану біосфери (що призводить до зменшення її відтворювального та відновлювального потенціалу), а також подальшого розвитку науково-технічного потенціалу людства [5, с. 86]. Тому сталий розвиток, як концепція, має на меті змістити акцент з суто економічного підходу на економічне зростання (й на зростання загалом), на комплексний підхід, котрий буде стимулювати людство в цілому та економічних акторів зокрема, враховувати також проблеми соціальної та екологічних сфер існування людства. Фактично, як вже зазначалося, мова йде про баланс між цими сферами, котрі, в рамках сталого підходу до розвитку, мають сприйматися як рівнозначні [6].

В той же час, концепцію сталого розвитку не варто сприймати як концепцію обмеження розвитку, оскільки часто, особливо на рівні окремих компаній, дана концепція сприймається саме так. В рамках даної концепції, розвиток є кінцевою метою, однак поняття сталого розвитку передбачає

використання інтегрального підходу до постановки задач, прийняття рішень та їх оцінки з урахуванням як економічних чинників, так і потреб навколишнього середовища та суспільства. Це основна відмінність концепції сталого розвитку від традиційної концепції економічного розвитку, котра передбачала використання послідовного підходу.

Формування концепції сталого розвитку є складним процесом, оскільки включає в себе взаємодію державної влади, суспільства та окремих компаній (приватного сектору). Сталий розвиток має не меті застосування інтегрованого підходу до прийняття рішень, пов'язаних з економікою, навколишнім середовищем та суспільством, а не застосування послідовного підходу. Перехід до розвитку сталого типу є складним процесом взаємодії державної влади, громадянського суспільства та приватного сектору.

В рамках концепції сталого розвитку, з точки зору окремо взятих компаній, доцільно також пов'язувати “сталий розвиток” з поняттям стійкості. Стійкість, фактично, має схоже значення, однак застосовується при більш вузькому фокусі, для прикладу “стійкість компанії”.

Хоча зазвичай поняття сталого розвитку пов'язують перед усім з розвитком людства загалом, однак в більш вузькому значенні, як вже було зазначено вище, це поняття є складним, оскільки включає не лише економіко-соціальну систему загалом, але й окремі компанії зокрема. Довгий час концепція сталого розвитку залишалась суто теоретичним поняттям, котре не мало практичного втілення [7, с. 88].

Однак, як зазначає Н. Супрун, практики корпоративної соціальної відповідальності, котрі є невід'ємною складовою сталого розвитку, набули поширення ще в середині ХХ ст. [8, с. 2]. На основі цього, можна зробити припущення, що наразі концепт сталого розвитку, активніше поширюється “знизу”, тобто через практики корпоративного управління та взаємодії компаній; ніж насаджується “зверху”, тобто доцільно розглядати саме рівень компаній (приватного сектору), як інститут, котрий знаходиться на

вістрі перетворення концепції сталого розвитку з суто теоретичної концепції на підхід, що матиме практичне втілення. В той же час, завданням держави та наднаціональних організацій має спрямовувати корпоративні ініціативи в правильному руслі, тобто вони мають розробляти таку політику, котра б підтримувала та надавала орієнтири для компаній. Для того, щоб політика в цій сфері відповідала концепції сталого розвитку - необхідно, щоб всі актори (наднаціональні організації, державні та регіональні органи влади, компанії) слідували принципам сталого розвитку.

Стратегія сталого розвитку має свої принципи, котрі мають на меті описати парадигму сталого зростання та балансу [9]. Дані принципи мають служити орієнтиром, котрий дозволяє зрозуміти, чи відповідає певна політика чи підхід концепції сталого розвитку. При формуванні принципів Комісія Брундтланд виходила з того, що соціальні, економічні та екологічні умови та “стартові точки” різняться між країнами, оскільки вони перебувають на різних етапах економічного розвитку.

Тому неможливо задати не лише окремі показники, але й створити загальну модель сталого розвитку, котра підходила б для кожної країни. Відповідно, кожна країна сама має адаптувати концепцію сталого розвитку до своїх потреб та можливостей, керуючись не певними показниками, але принципами сталого розвитку. Таким чином, кожна країна зможе знайти власний підхід до сталого розвитку з урахуванням власних особливостей як в економічній, так і в соціальній та екологічній сфері.

Всього таких принципів було розроблено 18, однак ми висвітлимо лише ті, котрі є найбільш важливими в контексті даної роботи [10]:

- Розвиток сьогодні не повинен наносити шкоди можливостям для розвитку в майбутньому;
- Охорона навколишнього середовища є невід’ємною складовою сталого економічного розвитку;

- Для досягнення сталого розвитку важливою є гендерна інклюзія.

Саме ці три принципи є, на нашу думку, універсальними, в тому сенсі, що вони є доцільними не лише до суспільства чи держави у цілому, але й для окремих компаній. Фактично, кожен з принципів відображає одну із підсистем сталого розвитку: економічну, екологічну та соціальну. Та саме ці принципи є складовими стратегій корпоративної соціальної відповідальності, екологічної спрямованості компаній та інклюзивного розвитку відповідно.

Окрім цього, сталий розвиток також можна охарактеризувати за чотирма параметрами, котрі формують його інституційну рамку. Кожен з параметрів є рівнозначним, оскільки доповнює загальну концепцію сталого розвитку та відображає міжсистемність взаємодії кожного з аспектів концепції сталого розвитку в рамках загальнолюдської системи “суспільство-природа”. До них належать [11]:

- Екологічна сталість – підтримка відтворювальної функції навколишнього середовища, забезпечення збереження природного різноманіття, цілісності біосфери та її здатності до усунення наслідків антропогенних впливів;
- Економічна сталість – забезпечення стабільності у сфері виробництва, обміну, розподілу та споживання товарів та послуг;
- Соціальна стійкість – забезпечення максимального включення (інклюзії) всіх громадян в процес розвитку суспільства зокрема та людства в цілому, а також зменшення конфліктів щодо доступу до ресурсів чи їх споживання;
- Сталість інститутів – створення системи, акторів та механізмів, котрі забезпечують інтеграцію потреб кожної з підсистем до загальної парадигми сталого розвитку.

Лише в сукупності дані параметри можуть забезпечити перехід до сталого напрямку розвитку, оскільки вони урівноважують та/або доповнюють один одного, забезпечуючи можливість системи “суспільство-природа” до подальшого зростаючого самовідтворення.

Таким чином, теоретичним підґрунтям для виникнення та набуття популярності парадигми “сталого розвитку” є усвідомлення та обґрунтування того, що економічне зростання (чи зростання загалом) є не самоцінним, а має цінність лише тоді, коли зберігає свою можливість до самовідтворення. Інституційною рамкою стратегії сталого розвитку є набір завдань та принципів, котрі обґрунтовують необхідність застосування міждисциплінарного підходу до оцінки перспектив розвитку чи зростання, з метою урахування негативного впливу однієї з підсистем на інші, можна сказати, що поняття сталого розвитку є надзвичайно комплексним, оскільки включає в себе як концептуальні та стратегічні елементи, три підсистеми, сукупність принципів, ієрархію завдань та набір параметрів. Хоча поняття сталого розвитку зазвичай застосовується перед усім по відношенню до людства, певного суспільства чи певної держави, однак практика показує, що окремі компанії також схильні до слідування принципам сталого розвитку і досить часто випереджають в цьому суспільство.

1.2. Екологічна відповідальність як складова стратегії сталого розвитку

Наразі, однією з глобальних проблем є проблема екології та захисту навколишнього середовища. Дані проблеми є дійсно глобальними, оскільки вони є загальнолюдськими (тобто охоплюють всіх людей незалежно від їх

демографічного, географічного чи соціального положення), а їх неподолання може нанести непоправну шкоду всьому людству [12].

В зв'язку з активним розвитком технологій у останні два сторіччя, природні ресурси Землі, котрі раніше були джерелом благ та ресурсів та забезпечували розвиток людства, більше не здатні задовольняти потреби людської цивілізації в повному обсязі без шкоди для їх подальшого стану. В другій середині ХХ ст. стало очевидним те, що в зв'язку зі зростанням кількості населення планети та її потреби у ресурсах, тип екстенсивного розвитку, котрий був основою розвитку людства протягом всієї його історії став критично небезпечним, оскільки наносить непоправної шкоди природі.

Стало очевидним, що не існує невичерпних ресурсів, адже їх використання має обмеження екологічного чи економічного характеру. Тобто, старі моделі зростання не працюють, оскільки вони руйнують середовище, в котрому живе людина. Відповідно, короткострокові вигоди обертаються втратами у майбутньому, що з часом нівелює позитивний вплив економічного зростання [13].

Для прикладу, за 30 років (з 1970 року до 2010 року) відбулося погіршення стану природної системи на 35-38% [14], тобто відбувається її деградація, в тому числі, не лише ресурсної, але й відтворювальної та відновлюваної функції. Разом з тим, як справедливо зазначав Р. Ватсон, головною проблемою є невтручання людства в природні процеси біосфери як таке, а те, що це втручання призводить до стрімких та суттєвих змін, масштаби котрих відрізняються між регіонами [15, с. 108]. Тобто, такі зміни негативно впливають не лише на навколишнє середовище, але й матимуть непередбачуваний вплив на соціально-економічні параметри в певних регіонах. Як результат, екологічна проблема виявляється міждисциплінарною, котру необхідно розглядати в тому числі й з точки зору соціально-економічного аспекту.

Саме тому було досліджено явище “відтворюючої ємності Землі”, котре показово, хоча й у спрощеному вигляді, демонструє залежність між існуючим споживанням та “перевитратами” ресурсів Землі. Під “перевитратами” розуміють ту частину використаних людством за рік ресурсів, котрі не встигають повністю відновитися, тобто зменшують загальну ємність природних ресурсів [16]. Опираючись на дослідження Д. Медоуз, можна навести приклад, що якби кожен мешканець землі мав такий же рівень життя (та, відповідно, подібний стиль споживання продуктів та послуг), як медіанний житель Сполучених Штатів та Канади, то щороку люди б використовували три щорічних “ліміти” спроможності біосфери Землі [15, с. 147].

Доцільним буде зазначити, що дослідження Медоуз можна вважати досить спрощеним та, відповідно, далеким від абсолютної точності оцінок, однак воно надає загальне розуміння того, що економічне зростання та збільшення споживання в інших регіонах світу за умови використання існуючих технологій є фактично неможливим, оскільки призведе до виснаження природних ресурсів.

Традиційні підходи до економічного розвитку та до економічного зростання фактично ігнорували питання та проблематику природного середовища як такого, що існує поза системами, створеними людством. Природне середовище, за традиційного підходу, розглядається як “зовнішнє” середовище людської діяльності, котре абсорбує негативні впливи, створювані антропогенними системами. Однак, дослідження Медоуз та інших вчених, а також поширення ідей сталого розвитку, зміщують акцент з розуміння цього поняття.

Наразі більшість вчених погоджуються, що природне середовище не можна розглядати як зовнішнє, оскільки воно є невід’ємним елементом системи “людина-природа” [16, с. 159]. Таким чином, фактичного обґрунтування набирає підхід до розгляду екологічних проблем не лише з

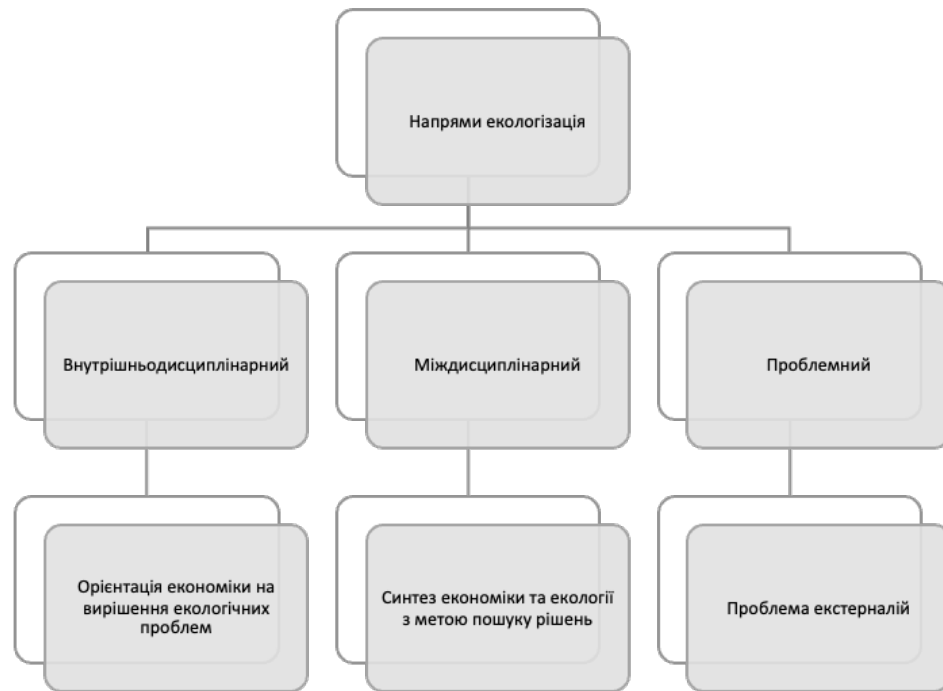
точки зору природничих спеціальностей, однак й з точки зору соціальних дисциплін загалом та економічної науки зокрема.

Такий підхід отримав назву “екологізація науки”, коли екологічне питання проникає й отримує своє відображення в інших сферах знання, для котрих воно раніше було непритаманним.

Фактично, у великій кількості наук виникають підсистеми, котрі досліджують питання зв'язку даної науки та екологічного питання та, відповідно, встановлюють зв'язок між різними науками з точки зору системи уявлень та поглядів на екологічні проблеми. Можна сказати, що екологічне питання у науковому сенсі, вже перебуває за межами однієї дисципліни, будучи міждисциплінарним. Це, в свою чергу, підвищує значимість даного питання в загальній системі сучасних наук, надаючи йому статусу загальнонаукового.

Така зміна в науковому сприйнятті проблеми екології та її місця в сучасних дослідженнях робить можливим повноцінне вивчення екологічних проблем та питання екологічної відповідальності в рамках концепції сталого розвитку, оскільки створює наукове підґрунтя для синтезу наявних досліджень в економічній, соціальній та екологічній сферах.

Особливу роль в цьому процесі відіграє економічна наука, як наука, котра описує господарську діяльність людства. Інтеграція екологічної проблеми в загальноекономічну наукову думку є комплексною та відбувається за різними напрямками. Якщо частина екологічних питань та проблем пояснюються вже існуючими теоріями та синергують з існуючими економічними підходами, то значна кількість проблем вимагають застосування інструментарію як екологічних, так і економічних наук.



*Рис 1.1. Напрями екологізації економічної науки
Джерело: складено автором*

Внутрішньодисциплінарна екологізація передусім означає синтез, інтеграцію та поєднання уявлень сформованих певною наукою та їх адаптацію у відповідності до екологічного підходу. Для прикладу, економічна наука для розв'язання окремих екологічних проблем може опиратися на поєднання мікро-, макро- та мезорівнів. Відповідно, пошук відповіді на певне питання екологічної проблематики полягає в опорі на внутрішній апарат економічної науки.

Міждисциплінарна екологізація, відповідно, полягає у синтезі та поєднанні зусиль економіки та екології, як галузей знань, для вирішення двох спільних, однак специфічних для кожної з зазначених наук завдань. Для прикладу, підвищення конкурентоспроможності та зменшення негативного впливу підприємства на навколишнє середовище.

Проблемна екологізація полягає в поєднанні різних галузей знань для вирішення певної комплексної проблеми. Для прикладу, питання, котрі

ставить перед людством концепція сталого розвитку, вимагають не лише поєднання зусиль економічної та екологічної науки, але й інших природничих, технічних та суспільних наук.

Відповідно, спочатку екологізація науки відбувається на поверхневому рівні, тобто без суттєвого впливу на методологічний апарат економіки. Однак, поступово екологізація поглиблюється, призводячи до виникнення міждисциплінарної універсальної системи знання. Очевидно, що схожі процеси відбуваються й у сфері соціальних наук.

Таким чином, відбувається синтез наукових знань, котрий створює науково-методологічне підґрунтя для концепції сталого розвитку. Екологічна складова, котру має на меті розглянути дана робота, відповідно, виступає важливою точкою дотику, котра створює передумови для широкого застосування міждисциплінарного підходу [17].

Однак, окрім наукових аспектів, котрі визначають роль екологізація в широкому сенсі, та екологічної відповідальності, зокрема, важливо також виділяти практичний аспект. Перед усім, мова йде про екологічну відповідальність бізнесу, котра є, безумовно, складовою сталого розвитку, однак формується виходячи не з теоретичних засад, а з практичної доцільності для окремо взятої компанії. Компанії використовують інновації зі стійкою направленістю, щоб покращити свою конкурентоспроможність та перспективи зростання [18]. Тобто, екологічна відповідальність та екологічно-відповідальні практики стають активом компанії, котрий надає додаткової цінності її продукту, проекту чи послуги.

Такий підхід не суперечить, а синергує з цілями сталого розвитку ООН [19], котрі є загальним орієнтиром для підприємств та добровільним зобов'язанням компаній діяти на базі екологічного підходу, в тому числі сприяти відновленню навколишнього середовища.

Сталий розвиток, як і стала економіка, ґрунтується на принципі ефективного та раціонального використання природних ресурсів.

Відповідно, для забезпечення сталого використання ресурсів, екологічно відповідальні компанії мають забезпечити:

- Впровадження енергоефективних методів виробництва;
- Добровільне зменшення обсягу екстерналій;
- Забезпечення ощадливого використання ресурсів та матеріалів;

При цьому, екологічну відповідальність компаній доцільно розглядати в рамках явища корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), котра є більш широкою категорією, оскільки охоплює також й соціальний аспект [20].

Спираючись на міжнародний стандарт ISO 26000, можна вказати, що екологічна відповідальність бізнесу має базуватися на двох основних принципах: прозорості та підзвітності [21]. Дані принципи логічно впливають із синтезу економічного та екологічного підходів: по-перше, компанії використовують природні ресурси як фактор виробництва; по-друге, компанії створюють екстерналії у вигляді забруднення навколишнього середовища. Оскільки природні ресурси, якщо їх розглядати як суспільне благо є невиключними, то їх користувачі, заради збереження принципу соціальної справедливості, повинні звітувати перед усім суспільством про наслідки своєї діяльності.

Підзвітність та прозорість може бути забезпечена двома шляхами: державним примусом або вигодою для компанії. У першому випадку, основним стимулом для впровадження практик екологічної відповідальності є державні регуляторні акти та прямі вимоги; у другому випадку, для компаній створюється стимул, котрий дозволяє їм досягти власних цілей з урахуванням суспільного інтересу [22]. Тобто, у другому випадку, екологічна відповідальність є не обмеженням для компанії, а можливістю для розвитку та розширення горизонтів.

У якості прикладу можна навести зусилля компаній у сфері оптимізації обсягів використовуваних ресурсів, застосування

енергоефективних технологій, зменшення кількості відходів на виробництві. Також, важливими є зусилля компаній щодо зменшенню їх екологічного сліду, особливо зменшення викидів оксид азоту, метану та діоксиду вуглецю. Для таких компаній екологічно-відповідальний підхід є не лише слідуванням екологічним обмеженням, що встановлені в певній країні, але й можливістю для створення додаткової цінності продуктів, способом збільшити власну конкурентоспроможність як щодо відносно прямих конкурентів, так і у порівнянні з непрямими конкурентами, виробниками товарів чи послуг-субститутів.

Одним з найбільш важливих міжнародних стандартів екологізації є сукупність стандартів ISO 14000, котрі задають рамки у сфері екологічного менеджменту, зокрема визначаючи, що компанії мають розробляти наступні елементи стратегії екологічної відповідальності [23]:

- програма контролю та управління екологічними ризиками;
- проспект життєвого циклу послуги чи товару та його екологічного сліду;
- проспект політики у сфері закупівель;
- план покращень та розширення сфер бізнесу компанії, котрий охоплений у систему управління якістю (СУЯ).

Дані стандарти націлені на постійне покращення та розширення сфер діяльності компанії, котрі є екологічно відповідальними, а отже дозволяють компанії поступово масштабувати екологічну відповідальність, випробовуючи її на окремих аспектах чи сферах бізнесу.

Варто відмітити, що концепція екологічної відповідальності, як складова стратегія сталого розвитку, ґрунтується на превентивних заходах. Це означає, що вона базується на заходах, метою котрих є, в першу чергу, збереження довкілля та мінімізація негативного впливу, а не мінімізація наслідків такого впливу.

Однак, екологічна відповідальність та заходи, щодо підтримки проактивної екологічної позиції є затратними в грошовому вираженні та можуть призвести до зростання собівартості продукції. Тому, важливим є концепція “забруднювач платить”, котра накладає додаткові податки чи рентні платежі за забруднення довкілля (тим самим стимулюючи такі компанії до змін в їх екологічній політиці), а також концепція “економії за відповідальність” (тим самим створюються додаткові стимули для компаній у сфері впровадження екологічно-позитивних практик та підходів).

В рамках концепції екологічної відповідальності одним з найбільш перспективних, можна вважати концепт мінімізації відходів та їх повторного використання. Такий підхід дозволяє не лише зменшити негативний вплив діяльності компанії на довкілля, але й зменшити витрати на закупівлю сировини та, відповідно, підвищити ефективність підприємницької діяльності. Взагалі, найбільші перспективи для компаній криються у сфері ресурсозбереження та покращення репутації. Якщо у першому випадку, компанія інвестує в скорочення витрат у майбутньому; то у другому - в розширення кола споживачів, шляхом створення кращого уявлення про свій товар чи послугу.

Однак, не існує єдиного стандарту екологічної відповідальності, кожна компанія має обирати свій підхід базуючись на загальних принципах та завданнях сталого розвитку. Враховуючи, що існують різноманітні можливості для отримання економічної вигоди від переходу до екологічної відповідальності, то компанія має опиратися на свої власні потреби, тип продукції чи послуги, конкуренції на ринку, тощо.

Тобто, мова йде не про “шаблон” чи набір стандартів, котрий має самоцінність, а про варіативний підхід, котрий має на меті досягнення практичних цілей. В такому сенсі, екологічна відповідальність

розглядається як інструмент для покращення конкурентної позиції компанії, тобто підвищення її конкурентоспроможності.

Таким чином, в рамках стратегії сталого розвитку, компанія має можливість знайти унікальний підхід до екологічної відповідальності, котрий допоможе їй максимізувати як соціальні, так і економічні переваги та ефекти. При цьому, у світі існують міжнародні стандарти, котрі покликані допомогти компаніям впровадити стандарти екологічної відповідальності та вибудувати системи контролю якості.

1.3. Методологічні підходи до оцінки впливу екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компаній

Як і будь-яка політика чи стратегія, екологічна політика має мати чіткий інструментарій для її оцінки. Це необхідно для здійснення ефективної, з точки зору екологічної відповідальності, господарської діяльності підприємства, оскільки лише чітка постановка цілей і задач, та, відповідно, їх вірна оцінка уможливають ефективне коригування та управління екологічною політикою.

Екологічна відповідальність може набувати різного сутнісного вираження, в залежності від того, які цілі ставить компанія починаючи впровадження концепції екологічної відповідальності [24]. Для частини компаній, основним завданням є мінімізація витрат шляхом впровадження більш сталої та самодостатньої моделі виробництва; для інших - основним завданням екологічної відповідальності є покращення іміджу компанії [25]. Відповідно, в першому випадку для компанії головним критерієм є пряме покращення фінансових показників, а в другому випадку основним

завданням є непрямий вплив на фінансові показники шляхом поліпшення іміджу компанії.

Основною проблемою, з якою зіштовхуються компанії, котрі прагнуть підвищити свою конкурентоздатність за рахунок запровадження практик екологічної відповідальності, є невідповідність поставлених цілей, алокованих ресурсів та підходу до екологічного менеджменту [26, с. 62]. Відсутність синергії між вказаними вище факторами призводить до загальної неефективності політики екологічної відповідальності, завдаючи шкоди господарській діяльності компанії.

До типових помилок під час впровадження стратегії екологічної відповідальності можна віднести наступне:

- Відсутність механізму ефективного екологічного моніторингу;
- Загальна неефективність системи управління екологічними ризиками;
- Відсутність достатньої алокації ресурсів для досягнення поставлених цілей та задач.

Тобто, визначення методологічних підходів до оцінки впливу екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії має ґрунтуватися на індуктивному підході та визначатися від зворотного, тобто від опису можливих помилок, що можуть бути допущені компанією в сфері екологічного менеджменту в цілому та екологічної відповідальності загалом.

Такий підхід дозволяє оцінити ефективність політики та стратегії в сфері екологічної відповідальності спираючись на цілі та задачі екологічного менеджменту, ризик- та стратегічного менеджменту [27]. Тобто, розглянути екологічну відповідальність не лише крізь призму сталого розвитку, як загальнолюдської, бажаної та ідеалістичної стратегії, але й через призму практичного підходу до управління компанією та

підвищення її конкурентоспроможності, тобто мінімізації ризиків, підвищення ефективності та покращення ринкової позиції компанії.

Відповідно, в залежності від цілей компанії - має відрізнятися й методика оцінки впливу екологічної діяльності на конкурентоспроможність компанії. Для того, щоб розробити методологію оцінки, доцільно спершу класифікувати стратегії екологічної відповідальності за різними класифікаційними ознаками (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація стратегій екологічної відповідальності

Ознака класифікації	Тип стратегії	Характеристика стратегії
Напрямок реалізації	Відповідальність перед стейкхолдерами	<ul style="list-style-type: none"> - корпоративна та бізнес-культура, що базується на екологічних цінностях; - слідування екологічному законодавству; - формування стратегічних пріоритетів.
	Слідування екологічним зобов'язанням	<ul style="list-style-type: none"> - відповідальність перед стейкхолдерами та громадою; - врахування громадської думки; - публічна екологічна звітність.
	Ефектизація сировинного менеджменту	<ul style="list-style-type: none"> - ефективне використання природних ресурсів; - пошук нових екологічних рішень; - регулярна екологічна звітність.
Стратегічна перевага	Покращення іміджу	<ul style="list-style-type: none"> - використання екологічної політики для отримання іміджевих переваг та збільшення гудвілу.
	Отримання прямої вигоди	<ul style="list-style-type: none"> - отримання реальної вигоди шляхом зменшення собівартості чи підвищення ціни товару; -
Суб'єкт	Корпоративна	<ul style="list-style-type: none"> - стратегічна відповідальність у рамках корпоративної культури складових корпорації чи холдингу.
	Індивідуальна	<ul style="list-style-type: none"> - відповідальність кожної окремої виробничої та невиробничої організації.

Джерело: складено автором на основі [28, 29, 30, 31, 32, 33]

Тобто, базуючись на типах екологічних стратегій розвитку, можна зробити висновок, що впровадження практик екологічної відповідальності може бути або наслідком законодавства (екологічного, податкового, комерційного, тощо), або наслідком створення “позитивної” мотивації, як іміджевої, так і шляхом надання пільг та створення спеціальних стимулів [34]. Фактично, вибір конкретного типу стратегії екологічної відповідальності ґрунтується на мотивах компанії та менеджменту. Підхід до оцінки ефективності екологічної відповідальності з точки зору мотивації є слушним, оскільки дозволяє зняти протиріччя у визначенні сутності самого поняття. В такому разі, під ЕВ мається на увазі екологічна відповідальність з широкого спектру позицій [35]:

- з позиції членів громади – збереження природного середовища, відновлення використаних ресурсів та забезпечення його відтворювальних функцій;
- з позиції державних та місцевих органів влади – забезпечення участі компанії в екологічних ініціативах та відповідальній комерційній поведінці на користь громади;
- з позиції співробітників – забезпечення високих стандартів праці;
- з позиції власників компанії – розвиток компанії, збільшення її капіталізації, дотримання законодавства;

Н. Е. Ткаченко виділяє 2 групи мотивів відповідальності компанії, котрі відрізняються суб’єктом мотивації [36]:

- мотиви відповідальності з позиції власника бізнесу;
- мотиви відповідальності з позиції компанії.

Також, доцільно розглядати в якості джерела та суб’єкта мотивації державу загалом та державні органи зокрема, оскільки вони також стимулюють компанії до імплементації практик екологічно відповідальної діяльності. Л. І. Швець з цього приводу зазначав, що доцільним є вирішення

інтересів окремих груп в залежності від їх мотивів, оскільки це є запорукою до збереження “балансу інтересів” всіх акторів [37].

Річ у тім, що різниця в мотивах обумовлює різнонаправленість цілей учасників процесу екологічно відповідальної активності. Відповідно, система оцінки ефективності екологічно-відповідальної діяльності компанії має бути варіативною та корелювати з поставленими цілями (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Методологічний підхід до оцінки ефективності екологічно-відповідальної діяльності компанії

Етап	Опис	Деталі
Етап 1	Формулювання цілей оцінки ефективності ЕВ	<ul style="list-style-type: none"> - оцінка конкурентної позиції компанії; - оцінка впливу ЕВ на фінансово-економічні показники компанії; - визначення інтересів стейкхолдерів.
Етап 2	Обрання методики оцінки ефективності ЕВ	<ul style="list-style-type: none"> - ресурсний; - результативний; - економічний; - рейтинговий.
Етап 3	Формування системи показників оцінки ефективності ЕВ	
Етап 4	Систематизація інформації та розрахунок показників	
Етап 5	Кінцева оцінка та розробка рекомендацій	

Джерело: складено автором на основі [35, 37, 38, 39]

На приклад, якщо основною метою компанії є підвищення фінансово-економічної ефективності діяльності шляхом запровадження політики екологічної відповідальності, то доцільним є обрання результативної методики оцінки ефективності оцінки, котра базується на співвідношенні витрат на ЕВ та покращенню фінансово-економічних показників. Тобто, обрання підходи до оцінки ефективності має базуватися на обранні

правильної групи стейкхолдерів (чи визначенні цільової групи інтересів в середині компанії), по відношенню до яких здійснюються певні заходи у сфері екологічної відповідальності.

На основі запропонованого методологічного підходу до оцінки ефективності впровадження екологічно-відповідальної політики, можна визначити набір показників, котрі є доцільними для того, щоб застосовуватися при здійсненні оцінки результатів політики екологічної відповідальності з фінансово-економічної точки зору. До них можна віднести наступні: ROI, EBITDA, ROE, ROS та ROA; оскільки вони являються показниками, що дозволяють виміряти міру реалізації (задоволення) інтересів менеджменту, власників та акціонерів компанії [40]. Оскільки вони показують залежність ефективності діяльності компанії від здійснення певних екологічних програм, то дані показники можна вважати об'єктивним показником результативності обраного компанією підходу до екологічної відповідальності.

Однак, доцільно також виділити й іншу групу показників, до яких можна віднести такі як: динаміка частки компанії на ринку, впізнаваність бренду, рівень ефективності інформаційних кампаній, зміну уподобань споживачів, тощо. Дані показники, в свою чергу, можуть як напряду впливати на фінансово-економічні показники, так й мати "часовий лаг". В останньому випадку, дану групу показників доцільно розглядати окремо, оскільки компанії потрібен час, щоб політика екологічної відповідальності знайшла своє позитивне відображення в фінансово-економічних показниках.

За умови, якщо компанія ставить за основну мету – визначення рівня конкурентоспроможності компанії та її конкурентної позиції на ринку, то доцільно обрати рейтинговий метод. Для цього необхідно сформувати експертні групи, котрі мають надати середньозважену оцінку за певною рейтинговою шкалою. Такий підхід дозволяє оцінити ефективність

політики у сфері екологічної відповідальності спираючись не лише на фактичні дані, але й на прогнози щодо подальшого впливу заданої політики на конкурентоспроможність компанії.

Таким чином, методологічний підхід до оцінки ефективності екологічної відповідальності компанії має бути гнучким та поетапним, дозволяючи сформулювати підхід до оцінки, що буде відповідати цільовій групі інтересів компанії. При цьому, підхід до оцінки має враховувати першочергові завдання впровадження політики екологічної відповідальності та підлаштовуватися під їх зміну. В залежності від завдань проведення політики екологічної відповідальності, доцільно обрати одну методику оцінки за основу: рейтингову, ресурсну, економічну чи результативну.

Висновки до розділу 1

Теоретичним підґрунтям парадигми сталого розвитку є обґрунтування ідеї того, що самопідтримуючий розвиток можливий лише за умови балансу між трьома складовими: екологічною, соціальною та економічною.

Інституційна рамка стратегії сталого розвитку являє собою комплекс принципів та завдань, котрі потребують міждисциплінарного підходу для вірної оцінки майбутніх перспектив, у тому числі для урахування впливу, котрий кожна зі складових сталого розвитку чинить на інші.

Хоча поняття сталого розвитку прийнято розглядати в першу чергу по відношенню до людства в цілому та до держав зокрема, але практика демонструє, що окремі підприємства також схильні слідувати принципам сталого розвитку, а досить часто випереджають у цьому суспільство.

Важливим фактором, для більшості компаній, при виборі стратегії екологічної відповідальності, є варіативність. Не існує єдиного підходу до екологічної відповідальності, тому кожна компанія має обирати такий підхід, базуючись на загальних принципах сталого розвитку, котрий дозволить їй максимізувати як екологічну, так й соціальну та фінансово-економічну вигоду.

З такої точки зору екологічна відповідальність може розглядатися як набір інструментів, котрі можуть бути націлені на покращення конкурентної позиції компанії. Однак, важливим залишається питання оцінки ефективності політики екологічної відповідальності.

Можна вважати доцільним формування методології оцінювання на основі мотивів різних груп стейкхолдерів, оскільки в залежності від цільової групи буде відрізнятися й методика та підхід до оцінки. Також, підхід до оцінки ефективності політики екологічної відповідальності має базуватися на завданнях та цілях, котрі ставить компанія починаючи впровадження ЕВ; та має бути достатньо гнучким, щоб відображати не лише фактичні зміни фінансово-економічних показників, але й загальну динаміку конкурентоздатності компанії.

Тому для оцінки ефективності політики екологічної відповідальності можна застосовувати як рейтинговий підхід, що базується на системі середньозважених експертних оцінок, так й такі показники як імідж бренду, його впізнаваність, зміну уподобань споживачів та інші.

Окрім цього, для даної оцінки доцільно застосовувати й фінансово-економічні показники, такі як ROS, EBITDA, ROE, ROI та ROA. Однак, важливо розуміти, що екологічна відповідальність має не лише фінансово-економічний, але й нематеріальний (етичний, іміджевий, соціальний) вимір.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОГРАМ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОСИЛЕННЯ СТАЛОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

2.1. Світові тенденції екологічної відповідальності як складової стратегії сталого розвитку компаній

Як вже було вказано в рамках даної роботи, доцільно розглядати екологічну відповідальність не лише як окрему складову стратегії сталого розвитку компанії, однак також як складову більш широкого поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Наразі близько 76% людей вказують, що екологічні проблеми є суттєвою проблемою, згідно з даними Pew Research Center [41]. Відповідно, саме суспільна думка, особливо в високорозвинутих країнах створює попит на більш пристальну увагу до проблем екології, а отже й створює “вікно можливостей” для тих компаній, котрі слідують принципам екологічної відповідальності.

Фактично, суспільна думка створює певний соціальний запит, котрий в умовах інформаційного суспільства перетворюється на соціальний тренд, котрий спонукає до проактивної дії не лише окремих індивідів, але й некомерційні організації, приватні компанії, національні уряди та наднаціональні організації.

Провідну роль у формуванні тенденцій екологічної відповідальності у світі займає Організація Об'єднаних Націй (ООН), котра в 2000 році започаткувала міжнародну ініціативу сталого розвитку, так званий Глобальний договір. У його основу покладено три основні принципи (рис

2.1): боротьбу з корупцією, захист навколишнього середовища та захист прав людини [42].

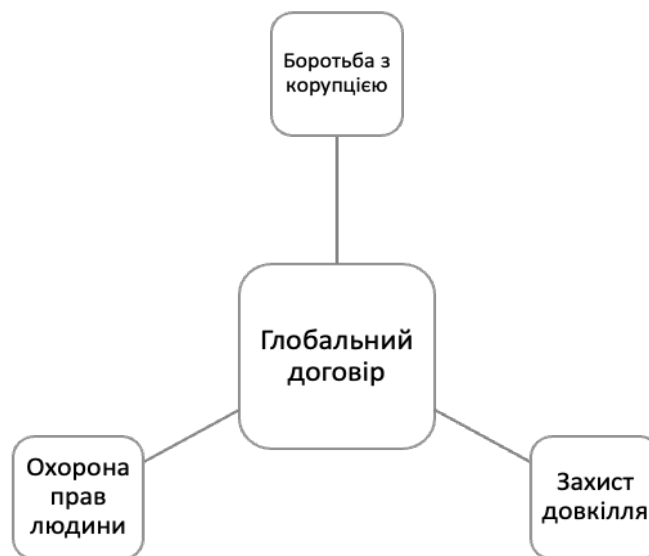


Рис. 2.1. Принципи глобального договору ООН

Джерело: складено автором на основі [42]

Станом на 2021 рік, до Глобального договору приєдналися майже 16200 компаній, а також 4500 некомерційних організацій з 161 країн світу [42]. Якщо порівнювати дані цифри з 2017 роком, то можна помітити, що кількість компаній зросла майже на 100% (рис 2.2), що можна пов'язати зі зростанням очікувань суспільства та з виникненням суспільного запиту на трансформацію бізнес-цінностей. Занепокоєння людства соціальними та екологічними проблемами зростає, а відповідно суспільна думка призводить до зміни стандартів для компаній, оскільки цінності сталого розвитку стають більш пріоритетними для кінцевого споживача товарів та послуг.

Такі зміни відображають наявність синергії між суспільним запитом та змінами в підході компаній до побудови власної стратегії; демонструють залежність компаній від суспільної думки та соціальних трендів.

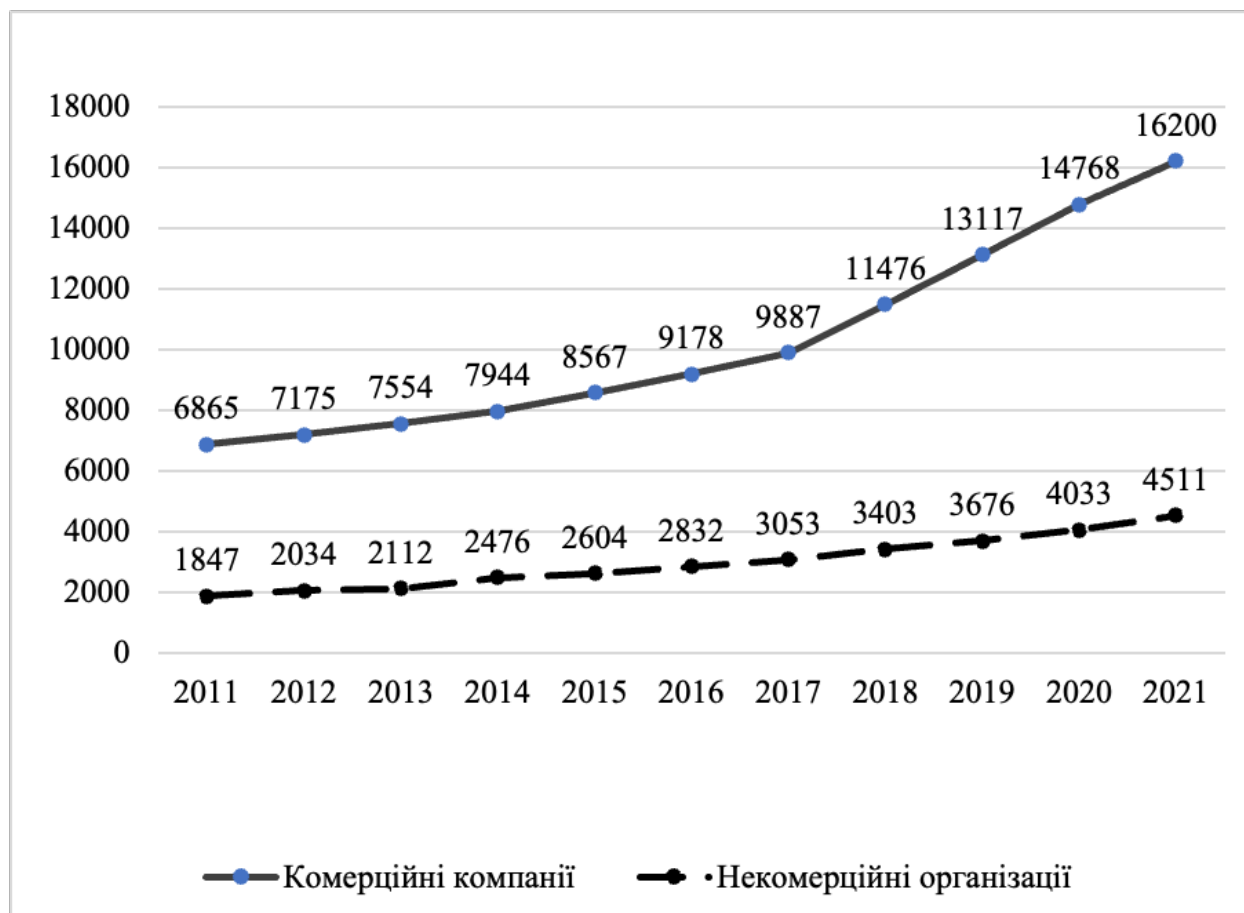


Рис 2.2. Динаміка кількості учасників Глобального договору ООН

Джерело: складено автором на основі[42]

Окрім цього, змінюється й риторика менеджменту глобальних компаній та пріоритети менеджменту. Якщо раніше основними наративами були питання прибутку та динаміки фінансових показників, то останні десять років розпочався перелом, котрий вказує на те, що все більше компаній з рейтингу S&P 500 в своїх щоквартальних звітах концентруються на таких питаннях як сталий розвиток, екологічна відповідальність, соціальна місія та соціальні інновації.

Дослідження проведене К. Мартінес та Р. Райтмайер (рис 2.3.) продемонструвало, що якщо в 2005 році лише кожна десята компанія посилалась на соціальну чи екологічну відповідальність, то в 2020 році, майже сто відсотків від всіх компаній з топ-100 S&P 500 мала принаймі

одне посилання на складові стратегії сталого розвитку, а більше двох третіх - мали принаймні один окремий розділ присвячений сталому розвитку [43].

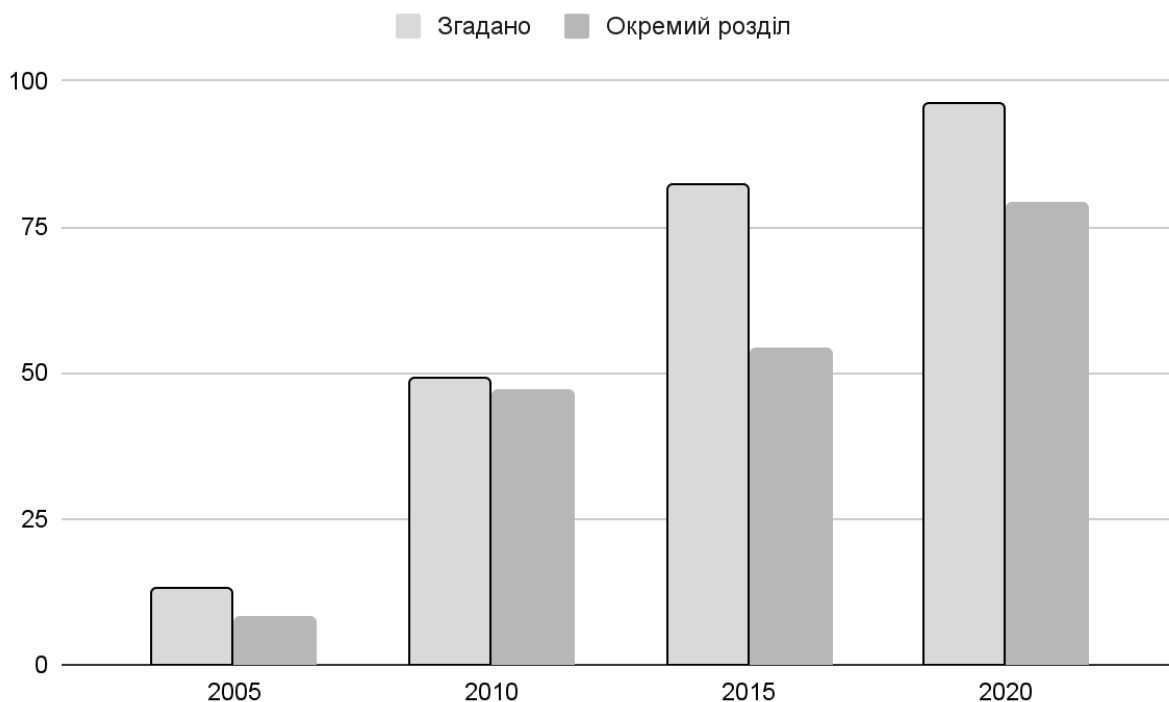


Рис 2.3. Динаміка частотності згадок соціальної та екологічної відповідальності в квартальних звітах компаній

Джерело: складено автором на основі [43]

Щоб пояснити причину посилення уваги до сталого розвитку, доцільно скористатися теорією Р. Мюррея, котрий висунув гіпотезу, що причиною виникнення нових тенденцій є “соціалізація” економіки, котра характеризується наступним [44, с. 4-5]:

- зростання ролі цінностей при прийнятті рішень;
- зростання вірогідності “повторної взаємодії”;
- зменшення прагнення до “одноразового споживання”;
- прагнення до співпраці;
- прагнення до причетності.

Таким чином, дослідження Мюррея фактично підтвердило тенденцію до переходу людства від концепції “тихого споживання” (англ. silent

consumption) до концепції причетності, за якої кожен споживач сприймає себе як співучасника всього процесу створення продукту.

Й. Галбрікс, в свою чергу, зазначає, що “КСВ є способом забезпечення очевидних сигналів, котрі створюють позитивні характеристики компанії а відповідно, збільшують її репутаційний капітал” [45, с. 411]. Тобто сталий підхід до розвитку в цілому, а також КСВ та екологічна відповідальність є можливістю покращення репутації, тобто можуть розглядатися, частково, як інвестиції в бренд.

Окремо, як важливу тенденцію в переході до концепції сталого розвитку, доцільно розглянути таке явище як нефінансова звітність. Фактично, наявність такої звітності свідчить про те, що компанія має не лише фінансові пріоритети, але й соціальні та екологічні. В свою чергу, активне зростання великих компаній, що надають таку звітність, свідчить про те, що питання екологічної та соціальної відповідальності є критично важливим для значної кількості сучасних компаній. Якщо в 2005 році лише близько 500 компаній надавали звітність за стандартами GRI, то в 2016 році таких компаній було вже 4505 (рис. 2.4).

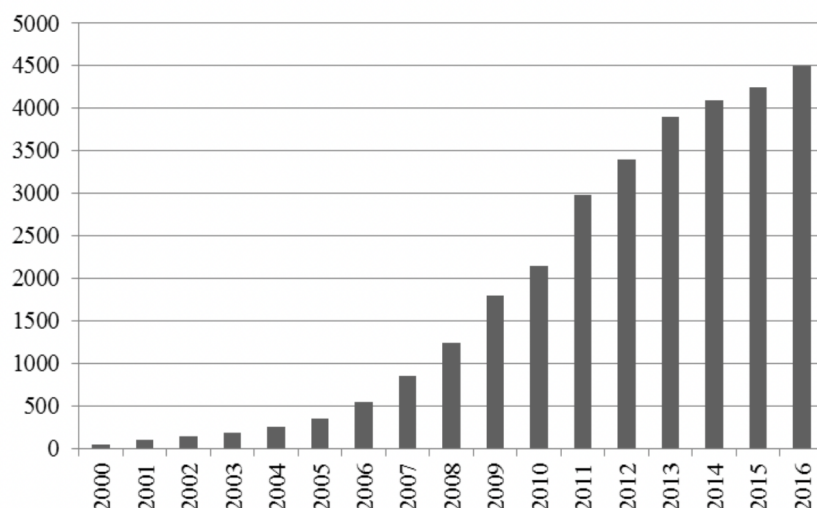


Рис 2.4. Динаміка кількості компаній, котрі надають нефінансову звітність

Джерело: складено автором на основі [46]

Як видно з даного графіка, кількість компаній, котрі надають нефінансову звітність постійно зростає. В той же час, на основі дослідження корпоративної відповідальності, що було проведене консалтинговою компанією KPMG в 2017 році, можна зробити висновок, що великі компанії мають більшу схильність до публікації корпоративних звітів.

В рамках дослідження KPMG було згенеровано дві групи компаній: N100 (по 100 випадкових середніх та малих компаній з кожної з 49 країн) та G250 (250 топ-компаній з рейтингу Fortune 500 за 2016 рік); для кожної з груп було досліджено звітність по соціальній та екологічній відповідальності [47].

Дослідження виявило, що найбільші компанії більш схильні публікувати інформацію щодо соціальної та екологічної відповідальності, задаючи тенденції для всього бізнес-сектору (рис. 2.5).

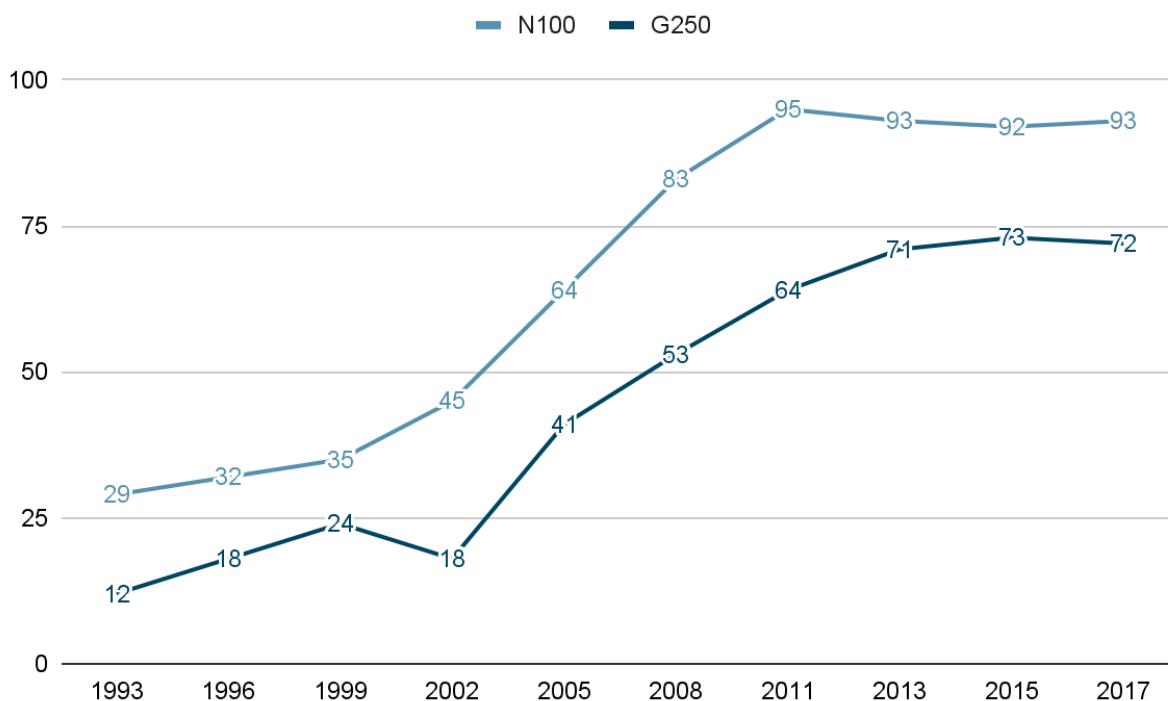


Рис 2.5. Динаміка показників звітності по соціальній та екологічній відповідальності

Джерело: складено автором на основі [47]

Можна зробити висновок, що великі компанії приділяють більше уваги звітності щодо соціальної та екологічної відповідальності, оскільки для них значно важливішою є вага репутації. В той же час, малі та середні компанії, хоч теж починають звертати більше уваги на КСВ та ЕВ, однак менш схильні проявляти проактивну позицію, оскільки для них капіталізація бренду та підвищення репутації не приносить суттєвого фінансового результату. Тобто, можна зробити припущення, що дотримання принципів екологічної та соціальної відповідальності, окрім ціннісної складової, приносить великим компаніям фінансовий прибуток, а управління репутацією в таких компаніях розглядається як повноцінний аспект менеджменту.

Таким чином, екологічна відповідальність як складова стратегії сталого розвитку компанії є важливим аспектом при побудові стратегії комунікації компанії з суспільством, виконуючи роль репутаційного та піар-інструменту. Сучасні компанії, особливо найбільші корпорації світу, приділяють значну увагу екологічній звітності, використовуючи її як спосіб побудови вірного іміджу компанії.

2.2. Становлення інституту екологічної відповідальності в Україні

В Україні перші ідеї екологічного спрямування та екологічної активності виникли, у порівнянні з іншими країнами, відносно недавно. Для цього були певні причини, включаючи складний період переходу від планової до ринкової економіки, відсутність інституціональної підтримки соціальної та екологічної відповідальності, відсутність попиту на екологічну відповідальність компаній, тощо. Саме остання причина, на нашу думку, є показовою, оскільки виразно демонструє те

взаємозалежність та конвергентність між компаніями та населенням у сфері формування сталого підходу всередині суспільства.

Суттєві зміни в суспільній думці серед українського населення щодо екологічних проблем припадають саме на 2006-2009 роки, що співпадає з переходом інституту екологічної відповідальності в Україні від теоретичної та малопоширеної концепції до парадигми становлення екологічної відповідальності як загальноприйнятого стандарту серед компаній.

Україна приєдналася до Глобального договору ООН лише у 2006 році, а станом на 2020 рік в договорі приймали участь 354 вітчизняні компанії [48].

Зростання кількості вітчизняних компаній, що приймають участь в Глобальному договорі суттєво пришвидшилось в період між 2007 по 2010 рік, коли кількість учасників від України майже подвоїлась [49]. Так, якщо в 2007 році від України участь в Глобальному договорі приймало 85 компаній, то в 2010 році вже 165 (рис. 2.6).

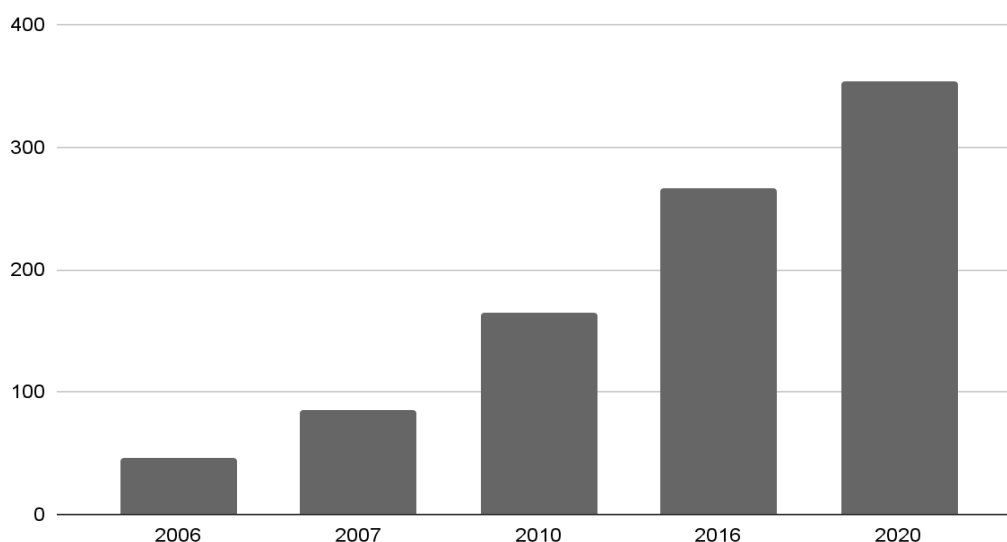


Рис 2.6. Динаміка кількості українських компаній-учасників Глобального договору ООН

Джерело: складено автором на основі [48, 49]

В той же час із мережі Глобального договору було виключено дві українські компанії, котрі відмовлялися надавати звітність протягом двох років. Однак, незважаючи на всі проблеми, Україна залишається активним учасником договору, а кількість учасників від України має тенденцію до зростання.

Станом на 2020 рік, структурі українських компаній-учасників Глобального договору ООН переважають локальні неприбуткові організації (104 учасники або 29,4%) та малі та середні підприємства (102 учасники або 28,8%). Також, суттєву частку займають великі компанії (44 учасники або 12%) та громадські організації (23 учасники або 6,5%). Загалом, структура українських компаній-учасників Глобального договору залишається різноманітною та диверсифікованою (рис. 2.7)

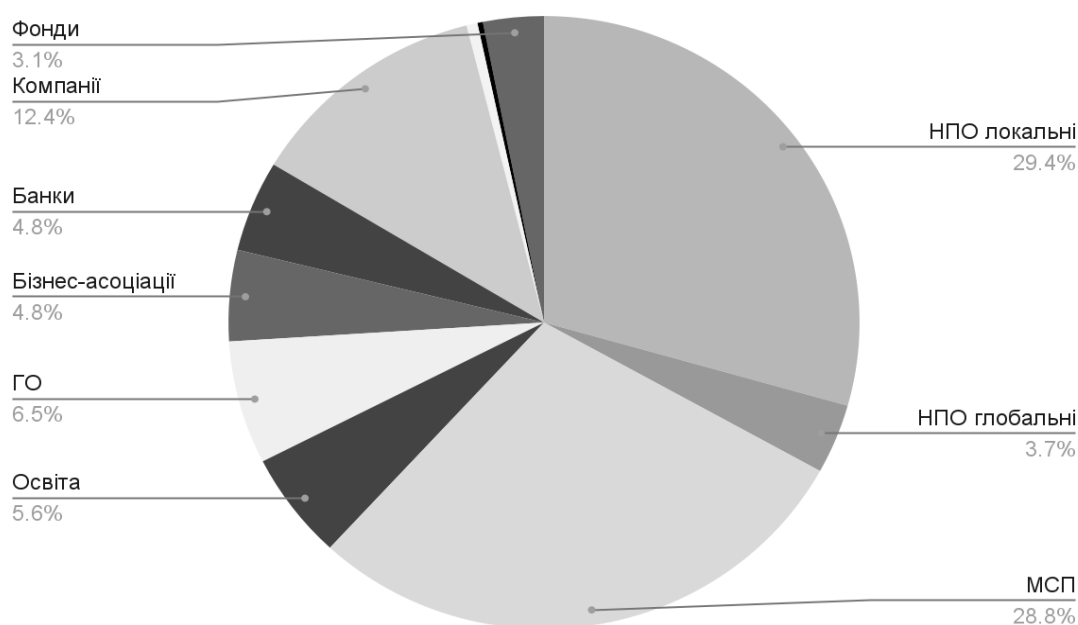


Рис. 2.7. Структура українських компаній-учасників ГД ООН за видами діяльності станом на 2020 рік

Джерело: складено автором на основі [50]

Однак проведений моніторинг звітності компаній продемонстрував суттєві проблеми у звітності українських компаній. Фактично залученими у процес впровадження стандартів КСВ та активними учасниками є лише 68 компаній з 354, тобто менше 20% (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Чисельність українських компаній-учасників ГД ООН станом на 2020 рік

Підприємства/організації	Учасники ГД ООН	Активні	Частка, %
Локальні НПО	104	9	13.2
Глобальні НПО	13	2	2.9
МСП	102	18	26.5
Освіта	20	4	5.9
Громадські організації	23	2	2.9
Бізнес-асоціації	17	1	1.5
Банки	17	3	4.4
Компанії	44	27	39.7
Профспілки	2	0	0
Мікропідприємства	1	0	0
Фонди	11	2	2.9

Джерело: складено автором на основі [48, 49, 51]

Тобто, лише кожна п'ята організація та компанія з України, котра приєдналася до Глобального договору ООН, дійсно надає звітність та приймає активну участь у діяльності Глобального договору.

Варто зазначити, що українські підприємства та організації поєднують проактивну позицію та інноваційність у сфері корпоративної соціальної відповідальності та екологічної відповідальності з порушенням місцевого законодавства, використання неетичних практик управління та ведення бізнесу, ухилянням від сплати податків та порушенням прав працівників [52].

Такий стан справ є досить характерним для країн, що розвиваються, оскільки, з одного боку, корпоративна соціальна та екологічна відповідальність є важливими складовими формування іміджу та конкурентної позиції компанії (в першу чергу на міжнародному ринку); а з іншого, відсутність стійких інститутів, екологічно-відповідальної етики ведення бізнесу та слабкий громадський запит, створюють можливості для зловживань та порушення законодавства.

Відповідно, компанії зокрема та бізнес в цілому схильні застосовувати інструментарій корпоративної соціальної та екологічної відповідальності досить вибірково, обираючи виключно ті елементи, котрі дозволяють компанії максимізувати фінансово-економічну вигоду в коротко- та середньостроковому періоді [53]. Однак, державна політика, а також зростаюча обізнаність громадськості у питаннях сталого розвитку змушує компанії розширювати сферу імплементації політик корпоративної соціальної та екологічної відповідальності, а також боротися зі зловживаннями.

В той же час, кількість українських компаній, котрі надають нефінансову звітність за стандартами GRI зростає, хоча й достатньо повільними темпами. Так, станом на 2020 рік, нефінансову звітність у відповідності до стандарту GRI надають вже 26 компаній (рис. 2.8).

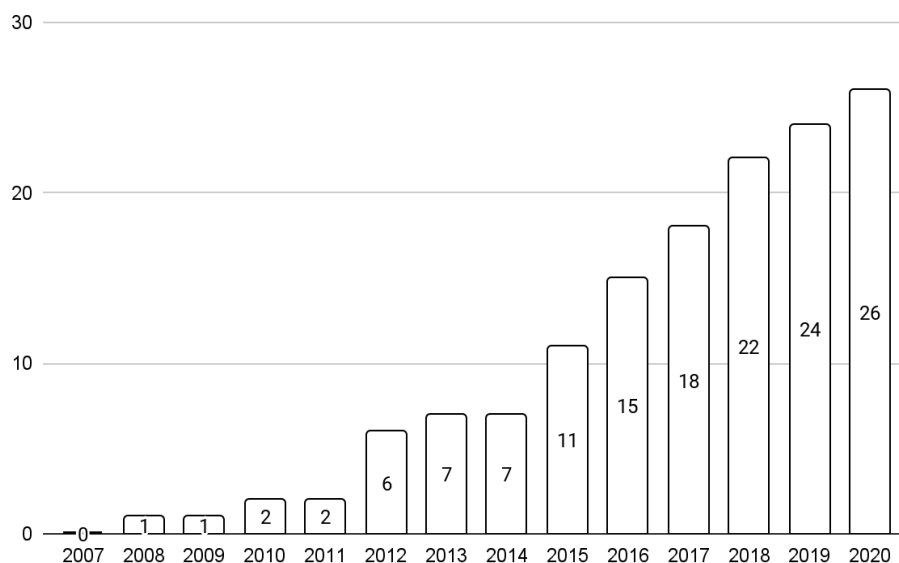


Рис. 2.8. Кількість українських компаній, що надають звітність за стандартами GRI

Джерело: складено автором на основі [46, 54]

Якщо порівняти це зі світовою практикою, то помітно, що в Україні в 2020 році лише 26 компаній підготували нефінансову звітність за стандартами GRI, то у світі вже в 2016 році таких компаній було близько 4500. Таким чином, навіть якщо допустити, що кількість компаній у світі, котрі надавали нефінансову звітність, не змінилася з 2016 року (тобто залишилась на позначці 4505), то частка українських компаній складе лише близько 0,577%.

Основною проблемою на даному етапі можна вважати відсутність стимулів для такої звітності, внаслідок нерозвиненого фондового ринку та інституту репутації в Україні. Проаналізувавши звітність більшості компаній, можна зробити висновок, що основним стимулом впровадження практик екологічної відповідальності в Україні є кодекс корпоративної відповідальності (для міжнародних компаній з філіалами чи дочірніми компаніями в Україні), а також відповідальність перед міжнародними

інвесторами та прагнення підвищити привабливість компанії як об'єкта для міжнародного інвестування.

В таблиці 2.2 показано напрямки та проекти корпоративної соціальної та екологічної відповідальності для обраних українських компаній, серед яких: Кока-Кола Україна, Рошен та Укрсиббанк та ДТЕК.

Таблиця 2.2

Заходи в сфері ЕВ та КСВ за обраними українськими компаніями

Компанія	Заходи в сфері КСВ та ЕВ
Coca-Cola	Скорочення викидів вуглекислого газу на 43% (2017)
	Зменшено використання пластику на 17% за 10 років (2010-2020)
	Відновлення 740 млн м ³ водойм в Україні (2016-2017)
Roshen	Скорочення викидів вуглекислого газу на 14% (2020)
	Зменшення використання пластику на 7% (2014-2018)
Ukrsibbank (BNP Paribas)	Програма IQ Energy - кредитування енергозберігаючих технологій домашнього вжитку (2017)
	Відмова від кредитування нафтопереробної промисловості (2019)
	Відмова від кредитування тютюнової промисловості (2017)
	Переорієнтація на кредитування енергозберігаючих галузей (2018-2021)
ДТЕК	Скорочення викидів вуглекислого газу на 21% (2010-2021)
	Інвестування в зелену енергетику (2014-наші дні)
	Модернізація сталеварної промисловості (2008-наші дні)

Джерело: складено автором на основі [55, 56, 57, 58, 59]

Особливу увагу доцільно звернути на Укрсиббанк, оскільки він є філіалом міжнародного банківського конгломерату BNP Paribas. Саме такі установи, приходячи на ринок України, активно втілюють свої практики в сфері КСВ та ЕВ, що можна вважати позитивним для України, оскільки це формує інституційне ставлення до соціальної відповідальності, як набору базових для будь-якої компанії інструментів.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день, проблеми пов'язані з екологічною відповідальністю компаній не досліджуються комплексно ні на локальному, ні на державному рівні. Це призводить до ситуації, коли органи влади вирішують питання проблематики стимулювання комерційних організацій до екологічної відповідальності непослідовно та хаотично. Це, в свою чергу, унеможливорює або перешкоджає залученню приватних організацій в роботу з удосконалення екологічної сфери на місцевому, регіональному чи державному рівні.

Ще однією проблемою є недостатній рівень якості нефінансових звітів (або звітів по КСВ та ЕВ), навіть у тих українських компаній, котрі надають таку звітність. В першу чергу стосовно прозорості та достовірності інформації. Основним завданням звітності компанії є надання цілісного представлення про діяльність компанії, її стратегію, цілі, ризики та стійкість. Водночас, в Україні звіти по КСВ та ЕВ не є повними та не надають достатньо інформації для повного розуміння діяльності компанії в екологічній сфері. Для більшості компаній, відкритість звітів не досягла рівня в 50 балів, тобто компанії не висвітлюють або не повністю висвітлюють навіть базові складові корпоративної соціальної та екологічної відповідальності [47].

Таким чином, незважаючи на певний прогрес у питаннях нефінансової звітності українських компаній, все ще залишається суттєвою проблемою відсутність повноти та достовірності висвітлюваної інформації. Незважаючи на те, що українські компанії впроваджують в свою діяльність

елементи екологічної відповідальності, детальний аналіз нефінансових звітів демонструє суттєві проблеми з якістю такої звітності. Відповідно, можна зробити припущення, що основною причиною є те, що для українських компаній важливе не стільки впровадження сталих практик, скільки отримання іміджевих бенефітів. В той же час, міжнародні компанії в Україні, наприклад Кока-Кола та Укрсиббанк, проводять проактивну політику в сфері КСВ та ЕВ, у відповідності до корпоративних стандартів материнських корпорацій. Таким чином, такі компанії змінюють інституціональний підхід до екологічної відповідальності, стимулюючи вітчизняні компанії до активної та відкритої позиції з питань сталого розвитку.

2.3. Оцінювання впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії

Оцінка впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії є важливою з фінансово-економічного аспекту. Однак, це не єдиний аспект, з якого доцільно розглядати питання конкурентоспроможності, оскільки важливим також залишається питання конкурентної позиції, тобто іміджу компанії, її репутації та довіри як споживачів, так і інвесторів. Саме тому, не існує єдиного підходу до оцінки ефективності екологічної відповідальності, менеджмент компанії має визначати свої власні цілі заради яких впроваджує обрані програми екологічної відповідальності.

Загалом, як було вказано в розділі 1.3, оцінка впливу політики екологічної відповідальності може надаватися за однією з груп показників (таблиця 2.3)

Таблиця 2.3

**Групи показників для оцінки впливу політики екологічної
відповідальності**

Група показників	Опис групи
Ресурсні	Розрахунок коефіцієнтів ефективності витрат на ЕВ
Рейтингові	Розрахунок якісних показників впровадження ЕВ
Результативні	Розрахунок витрат на ЕВ та їх впливу на динаміку фінансово-економічних показників
Економічні	Розрахунок показників ефективності за різними напрямками ЕВ
Непрямі	Оцінка досягнення сторонніх цілей, котрі пов'язані з ЕВ

Джерело: складено автором [35, 37, 38, 39]

Як вже вказувалось раніше, обрання конкретної групи показників залежить від цілей компанії та завдань політики компанії у сфері екологічної відповідальності. Окрім цього, рекомендується поєднувати показники та проводити багатофакторний аналіз, котрий уможливило оцінку впливу політики екологічної відповідальності з різних аспектів.

В той же час, оцінка впливу політики ЕВ (та відповідно вимірювання зміни конкурентної позиції) має відбуватися на визначенні відносних динамічних змін обраних показників. Відносні динамічні показники показують темпи змін між компаніями, котрі впроваджують політику екологічної відповідальності, та середньозваженим значенням по галузі, в котрій працює компанія [60].

Також варто зазначити, що зміни у зовнішньому середовищі компанії не спотворюють результати динамічної оцінки, оскільки, як було зазначено М. Нехме, даний вплив компенсується корекцією базових показників по галузі в цілому [61]. Тобто, фактори зовнішнього середовища однаково

впливають як на досліджувану компанію, так і на всі компанії в галузі в цілому (рис. 2.9).

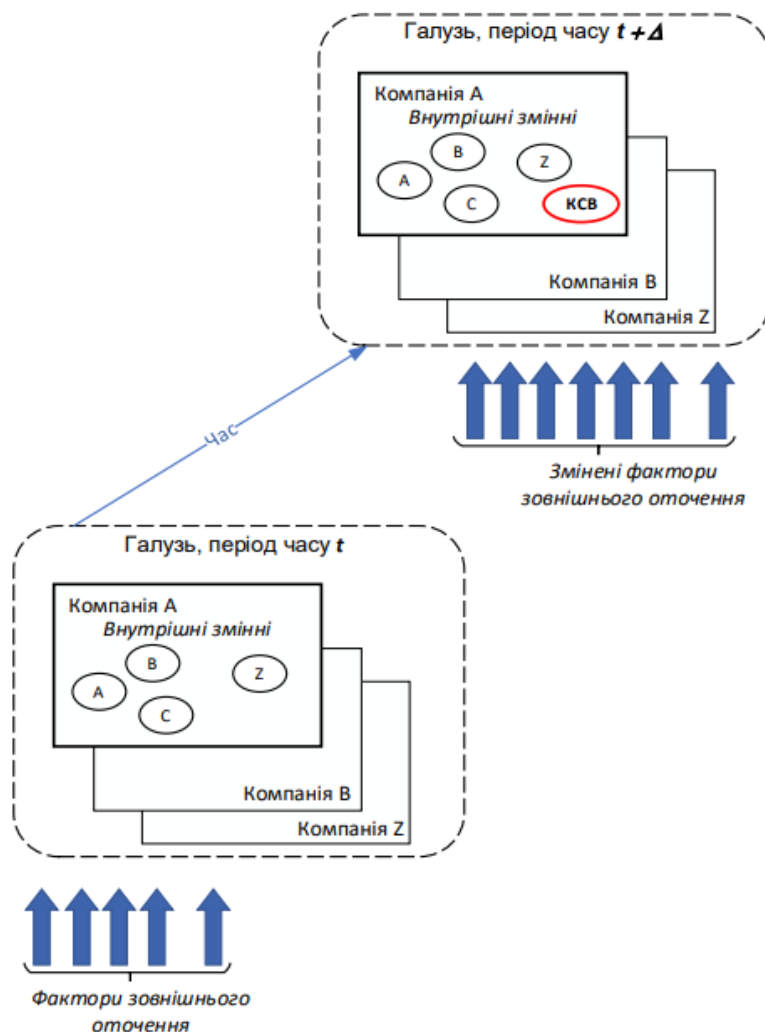


Рис. 2.9. Оцінка впливу політики корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії за умови впливу зовнішніх факторів

Джерело: [61]

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності певної компанії має проводитися за різними показниками, однак на основі визначення відносних динамічних змін щодо галузі, в котрій оперує компанія. Доцільно також зазначити, що така оцінка має повторюватись з певним інтервалом часу, що дозволяє відсіяти специфічні фактори зовнішнього середовища, що впливали виключно на досліджувану компанію.

Серед показників, котрі доцільно вимірювати в динаміці, можна навести наступні:

- рентабельність (Profit Margin);
- віддача від інвестицій (Return on investment);
- темпи зростання чистого прибутку (Net income growth rate);
- EBITDA;
- прибуток від активів (Return on assets);
- рентабельність власного капіталу (Return on equity);
- рентабельність продаж (Return on sales).

Дані показники можуть бути застосовані як разом, так й лише у комбінації з декількох обраних показників, в залежності від типу діяльності компанії та завдань політики екологічної відповідальності.

Ще одним методом оцінки, котрий може бути застосований для додаткової оцінки ефективності політики екологічної відповідальності, може бути метод конкурентних переваг (економічна група показників). Такий підхід дозволяє порівняти конкурентну позицію компанії до та після впровадження елементів політики екологічної відповідальності (рис 2.10; кожна позначка відображає певний часовий проміжок).

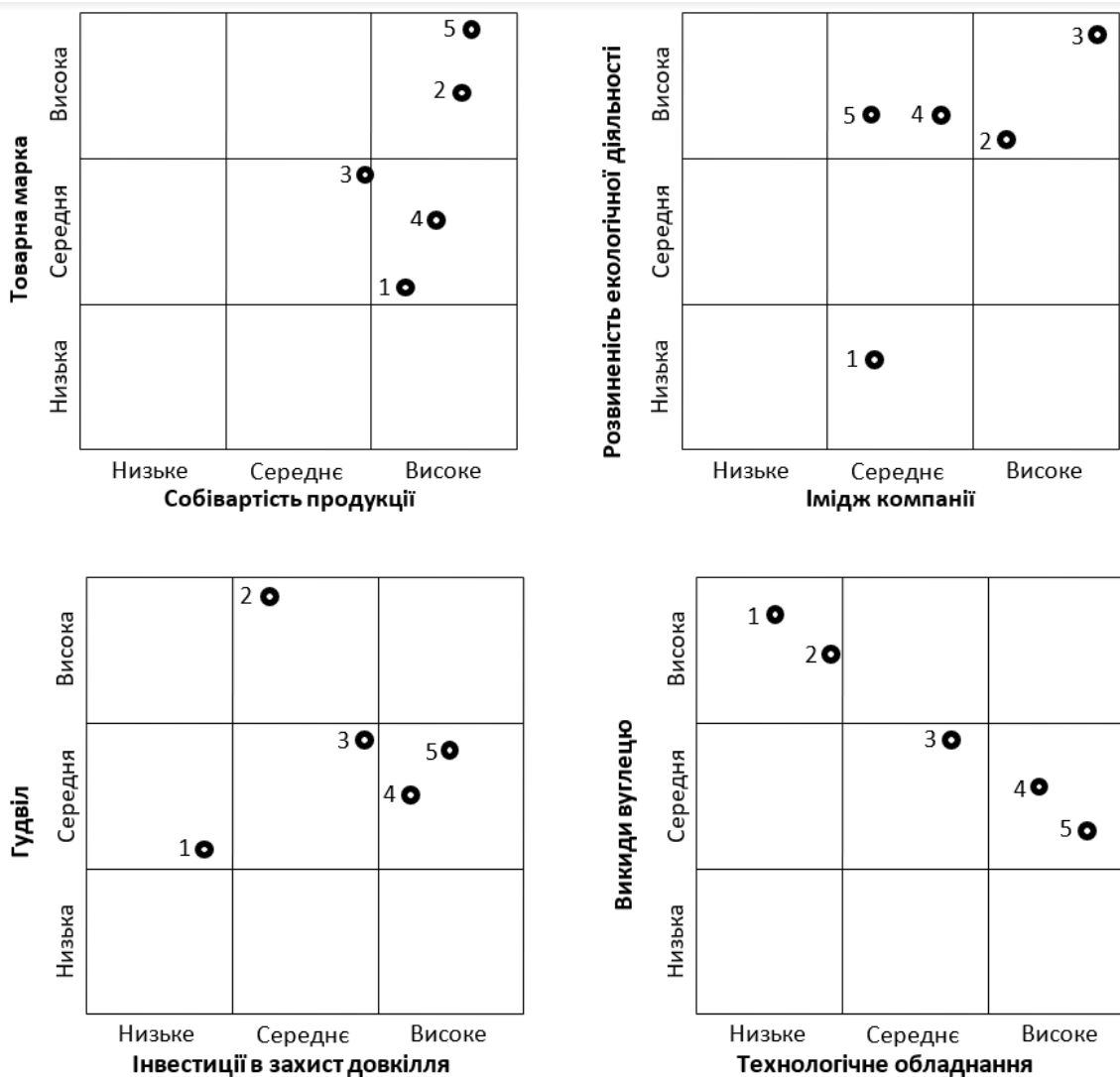


Рис. 2.10. Карта динаміки конкурентної позиції компанії у визначені проміжки часу

Джерело: складено автором

Таким чином, кожна з компаній має обирати власний підхід до оцінки впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії. Процес вибору методики оцінки має ґрунтуватися на цілях та задачах, котрі були поставлені компанією при запровадженні політики екологічної відповідальності. Однак, незалежно від обраного методу оцінки, доцільно проводити сам процес оцінювання на основі визначення відносних динамічних змін щодо галузі. Це дозволяє відсіяти вплив

зовнішніх чинників та порівняти динаміку конкурентоспроможності компанії з її конкурентами по галузі.

Висновки до розділу 2

Аналіз світових тенденцій розвитку та становлення екологічної відповідальності, як складової стратегії сталого розвитку компаній продемонстрував, що великі компанії більш схильні приділяти увагу нефінансовій звітності, оскільки розглядають її як елемент підвищення цінності власного бренду (гудвілу) та покращення власного іміджу.

Однак, дослідження стану подачі нефінансової звітності також продемонструвало, що малі та середні підприємства також впроваджують принципи корпоративної соціальної та екологічної відповідальності.

Як для МСП, так і для великих компаній, екологічна відповідальність виступає в ролі репутаційного інструменту, а нефінансова звітність виступає у якості каналу комунікації компаній для побудови власного іміджу.

Серед українських компаній, внаслідок об'єктивних причин (переходу до ринкової економіки лише в 1991 році, відсутності інституту корпоративної відповідальності та репутації), перехід до політики екологічної відповідальності розпочався лише в 2010-2011 році. Однак, навіть станом на 2020 рік лише 26 компаній подають фінансову звітність, що складає менше одного відсотка серед компаній світу.

В Україні найбільш активну позицію щодо впровадження сталих практик, в тому числі й політики екологічної відповідальності, займають компанії з іноземними власниками або капіталом. Такі компанії впроваджують свої міжнародні практики екологічної відповідальності,

таким чином створюючи інституційні основи для розповсюдження практики ЕВ в Україні.

Важливим завданням також є формування патерну оцінки впливу екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії. Як було продемонстровано, кожна компанія має сама обирати власний підхід та показники оцінки ефективності ЕВ в залежності від поставлених задач та цілей.

Також, було доведено, що оцінку ефективності політики екологічної відповідальності доцільно проводити на основі динамічного внутрішньогалузевого порівняння. Оскільки такий підхід порівнює показники компанії з її конкурентами з тієї ж галузі, то це виключає спотворення результатів оцінки внаслідок впливу факторів зовнішнього характеру.

РОЗДІЛ 3

НЕОБХІДНІ УМОВИ ТА ПРОВІДНІ МЕХАНІЗМИ ПОКРАЩЕННЯ ПРОГРАМ/ЗАХОДІВ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ

3.1. Обґрунтування моделі екологічної відповідальності для українських компаній

Екологічна відповідальність, як складова концепції сталого розвитку, є глобалізованим явищем, а тому її повноцінне впровадження в рамках лише однієї країни, з урахування інтересів лише локальної чи занадто обмеженої групи стейкхолдерів, є фактично неможливим.

Щоб назвати необхідні умови для формування сприятливого середовища для розвитку екологічної відповідальності в Україні – потрібно спочатку розібратись з тим, яка модель екологічної відповідальності краще підходить для нашої країни. Всього виділяють три основні моделі екологічної відповідальності: американська, скандинавська (європейська) та азіатська. Ці три моделі не єдині в світі, але розбирати локальні моделі інших країн чи регіонів не має сенсу, так як вони не показали ефективності в глобальному вираженні.

Порівнюючи дві основні моделі (скандинавську та американську), можна вказати, що американська модель базується на великих штрафах для компаній, які порушують екологічне законодавство. Таким чином компанії зіштовхуються зі значними економічними ризиками та, відповідно, намагаються відповідати всім вимогам і стандартам, котрі встановила держава. З точки зору управління, компанії є одноперховими, основним стейкхолдером є власники та інвестори.

Європейська модель більш м'яка, вона базується більше на заохоченні компаній до підтримання високого рівня екологічної відповідальності за рахунок соціального прийняття компанії та зниження розміру екологічних платежів та податків. В той же час, варто зазначити що самі регуляції та екологічне законодавство в європейських країнах є більш жорстким та складним, а тому компанії більш схильні до впровадження політики екологічної відповідальності.

Основою такої моделі є двоповерхова структура управління, за якої існує незалежна наглядова рада та рада директорів. Такий підхід забезпечує достовірність інформації на всіх рівнях управління за рахунок контролю над вищим виконавчим менеджментом з боку власників та акціонерів.

Окрім цього, європейська (скандинавська) модель також передбачає більшу участь персоналу та працівників в прийнятті рішень компанії. Можна сказати, що співробітники за такої моделі є стейкхолдерами більш високого рівня, ніж за американської моделі.

Говорячи про азійську модель екологічної відповідальності, то вона не є чіткою, а скоріше комбінує в собі вдалі елементи інших моделей. Наприклад, азійська модель управління запозичила основні ідеї з американського підходу та удосконалила його місцевими особливостями (наприклад, орієнтацією на стійке зростання компанії).

Українська модель екологічної відповідальності є по своєму унікальною, оскільки протягом останніх 30 років вона розвивалась хаотично та непередбачувано. Більшою мірою вона схожа на американську модель (з точки зору підходу до управління), в той час як основними інвесторами в українську економіку є компанії з ЄС.

Якщо оцінити перспективи інвестицій в Україну та українські компанії, то очевидно, що найбільші перспективи має отримання інвестицій з географічно близького Європейського Союзу. Європейські інвестори

завжди будуть зацікавлені в інвестуванні в українську економіку більше, ніж інвестори з будь-яких інших країн.

Однак це створює парадокс – український підхід як до управління, так й до корпоративної соціальної та екологічної відповідальності більш подібний до американської моделі. Це є проблемою не лише окремо взятих компаній, але й економіки у цілому, оскільки уповільнює залучення інвестицій та створює несприятливі умови для європейських компаній, котрі вимушені “гармонізувати” власний підхід до управління з практиками, що прийняті в українських компаніях.

Іншою проблемою є корупція в менеджменті компаній. Значна кількість підприємств залишається у державній власності або значна їх частка належить державі. В свою чергу, це означає, що чиновники та “істеблішмент” мають можливість впливати на політику компаній та контролювати їх діяльність. В тому числі, створювати корупційні схеми через надання пільг, цільової підтримки та замовлень за державний кошт.

Очевидно, що така проблема не лише є перешкодою для розвитку політики екологічної відповідальності, але й створює суперечність у самій суті компаній, оскільки основним завданням таких підприємств стає не отримання прибутку, покращення конкурентної позиції та довгострокове планування, а короткострокові проекти націлені на отримання швидкої (та не завжди законної) вигоди.

З 2014 року в українських державних компаніях (та підприємствах зі значною державною участю) набула розповсюдження практика залучення міжнародних експертів до наглядових рад. Для таких компаній це створює додатковий механізм контролю, котрий перешкоджає їх використанню у якості елемента корупційних схем. Схожої практики дотримуються й українські приватні компанії, котрі активно залучають іноземних експертів з хорошою репутацією до наглядових рад. Таким чином вони вирішують як

іміджеву задачу, так й завдання покращення структури контролю над діяльністю вищого менеджменту.

Тому, можна зробити висновок, що проблема впровадження політики екологічної відповідальності в українських компаніях полягає в: відсутності інститутів та інституалізації як екологічної відповідальності, так й корпоративної соціальної відповідальності в цілому; в корупційному характері бізнес-процесів; орієнтація системи екологічної відповідальності (та КСВ в цілому) на американську модель. Саме остання проблема є найбільш значущою, оскільки веде до відсутності синергії між європейськими та українськими компаніями з точки зору управління. Як наслідок, при покупці чи інвестиціях в українську компанію, європейська компанія змушена витратити додаткові кошти та зусилля заради “зближення” моделей управління.

Ще однією проблемою є недооцінка фактору іміджу та репутації українськими компаніями, котра логічно впливає з коротших, ніж у розвинутих країнах, горизонтів планування, котрі, в свою чергу, є логічним наслідком розповсюдження корупційних практик. Для переважної більшості українських компаній важливими залишаються лише фінансово-економічні показники, а також (для деяких компаній) їх інвестиційна привабливість. Це, в свою чергу, ускладнює обґрунтування моделі екологічної відповідальності, оскільки вона не зможе поєднати всі фактори впливу на конкурентоспроможність українських компаній або, внаслідок суттєвого спрощення факторів, буде неточною.

Однак, доцільно застосувати модель впливу інвестицій в сферу екологічної відповідальності та рентабельність власного капіталу (ROE) компанії. Формула для оцінки ефективності політики екологічної відповідальності, таким чином, матиме наступний вигляд:

$$\frac{COR \times [(AVERAGE(ROE1 + ROE2 + ROE3) + AVERAGE(ROE2 + ROE3 + ROE4) + \dots + AVERAGE(ROE[n-2] + ROE[n-1] + ROE[n]))]}{AVERAGE(SER1 + SER2 + SER3) + AVERAGE(SER2 + SER3 + SER4) + \dots + AVERAGE(SER[n-2] + SER[n-1] + SER[n])}, \quad (3.1)$$

де COR – коефіцієнт кореляції між затратами на проведення політики ЕВ та показником ROE;

ROE – показник рентабельності активів за певний рік;

SER – відсоток затрат на проведення політики екологічної відповідальності у чистому прибутку компанії.

Як видно з формули 3.1, окрім показника рентабельності активів та обсягу витрат на проведення політики екологічної відповідальності, було додано також кореляційний коефіцієнт. Основне завдання даного коефіцієнта – продемонструвати кореляцію саме між інвестиціями в ЕВ та зростанням рентабельності активів, тобто висвітлити вплив саме цього фактору, відсіявши вплив інших.

Як було вказано в підрозділі 2.3, для оцінки ефективності доцільно застосовувати метод відносних динамічних змін, а дана формула фактично дозволяє оцінити вплив політики екологічної відповідальності без проведення розрахунків по галузі в цілому, тобто зменшує складність моделювання та оцінки. В даній формулі застосовано метод рухомого середнього, оскільки інвестиції в політику екологічної відповідальності не матимуть миттєвого ефекту.

Конкретний період освоєння інвестицій в екологічну відповідальність залежить від обсягу інвестицій, цілей такого інвестування та інших факторів. Однак, в більшості випадків компанії достатньо 3-5 років, щоб повністю освоїти інвестиції в ЕВ.

Таким чином, на основі даного показника можливо обрахувати ефективність від впровадження ЕВ, а відповідно, оцінити вигоду компанії від переходу до екологічно-відповідальних практик. Однак, потрібно

розуміти, що обґрунтування ЕВ не вичерпується виключно фінансово-економічними показниками, а включає й політичні, соціальні та інші аспекти.

Тому модель екологічної відповідальності для України має об'єднувати як фактори фінансово-економічної, так і політичної доцільності. У випадку, якщо держава прагнучиме більш детально регулювати політику компаній в сфері екологічної відповідальності, то доцільним буде опиратися на досвід тих країн, котрі є джерелом прямих іноземних інвестицій до України.

Наступним кроком має бути залучення експертів у сфері як корпоративної соціальної, так й екологічної відповідальності до українських компаній, а також створення окремих підрозділів компаній, відповідальних за проведення політики у сфері корпоративної соціальної та екологічної відповідальності. Такий крок має стати не лише практичним, але й іміджевим, збільшивши привабливість українських компаній для іноземних інвесторів. Як було показано вище, таке залучення іноземних інвесторів позитивно впливає на розвиток та усталення інституту ЕВ в Україні.

3.2. Перспективи посилення конкурентоспроможності українських компаній через покращення політики екологічної відповідальності

На сьогоднішній день жорстка конкуренція проникла всюди, а більшість компаній намагаються покращити свою конкурентну позицію шляхом збільшення інвестицій в рекламу, скорочення собівартості, тощо. Однак єдина думка про те, що потрібно бути кращим, просто зіштовхне конкурентів і стане наслідком гри з нульовою сумою (компанія виграє лише

за рахунок програшу іншої компанії). Внаслідок цього не виграє абсолютно ніхто: ні компанії, яким, можливо, прийдеться жертвувати власним прибутком задля усунення суперництва, ні споживачі, які за рахунок можливого зниження собівартості, втратять змогу обирати і користуватися якісною продукцією.

З такою ситуацією стикається багато компаній. Боротьба стає базою для стратегії діяльності: з'являється бажання не максимізувати задоволення потреб споживачів, а максимально послабити і знищити суперників. Потрапляючи в «червоний океан» жорсткої конкуренції, підприємства досить часто просто «тонуть» в ньому. Стандартна пропозиція, витрати, що стрімко ростуть, бажання звернути на себе увагу споживачів за рахунок ціни, а не якості і унікальності та багато чого іншого просто знищують компанії.

Зважаючи на ситуацію, рішення, може полягати в тому, що конкурувати потрібно по-іншому. Стратегія блакитного океану або конкуренція за унікальність може бути метою компанії. Вона полягає в тому, що варто ставити перед собою за мету не знищення конкурентів задля збільшення своєї частки наявного попиту, а пропозицію чогось нового, що буде цікаве споживачам, тобто слід вийти за межі встановлених конкретним ринком рамок.

Така стратегія синергує з питаннями сталого розвитку та екологічної відповідальності, оскільки компанії, котрі впроваджують EB, змінюють ринок та створюють пропозицію нової цінності для споживачів.

Головні відмінності стратегій червоного та блакитного океанів полягають у наступних принципах функціонування (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Порівняння стратегій конкуренції

Стратегія червоного океану	Стратегія блакитного океану
Боротьба в наявному ринковому просторі	Створення вільного від жорсткої конкуренції ринкового простору
Перемога над конкурентами	За рахунок віддаленості, можливість не боятися конкурентів
Бути першим в галузі та займати найбільшу частку ринку	Отримання більш високих доходів та зосередження на прибутку
Експлуатація наявного попиту	Створення нового попиту і увага на широке коло стейкхолдерів
Орієнтація або на диференціацію продукції або на зниження витрат	Побудова стратегії за рахунок одночасного досягнення дивергенції та низьких витрат
<i>Нульова сума результатів: гонка, в якій немає переможця</i>	<i>Додатна сума результатів: кілька переможців і високі результати</i>

Джерело: складено автором на основі [62, 63]

Таким чином, ми бачимо, що саме впровадження стратегії блакитного океану є корисним і ефективним не лише для самої компанії, але й для споживачів та суспільства в цілому, котрі отримують не лише кращі продукти, але й реалізацію екологічних проєктів. Тобто, орієнтуючись на стейкхолдерів, підприємства отримуватимуть все більше вигоди. Таку тенденцію ми можемо спостерігати на ринку, зокрема у дослідженні

різноманітних бізнес-стартапів, яке показує чітку картину переваги даної стратегії (рис. 3.1).

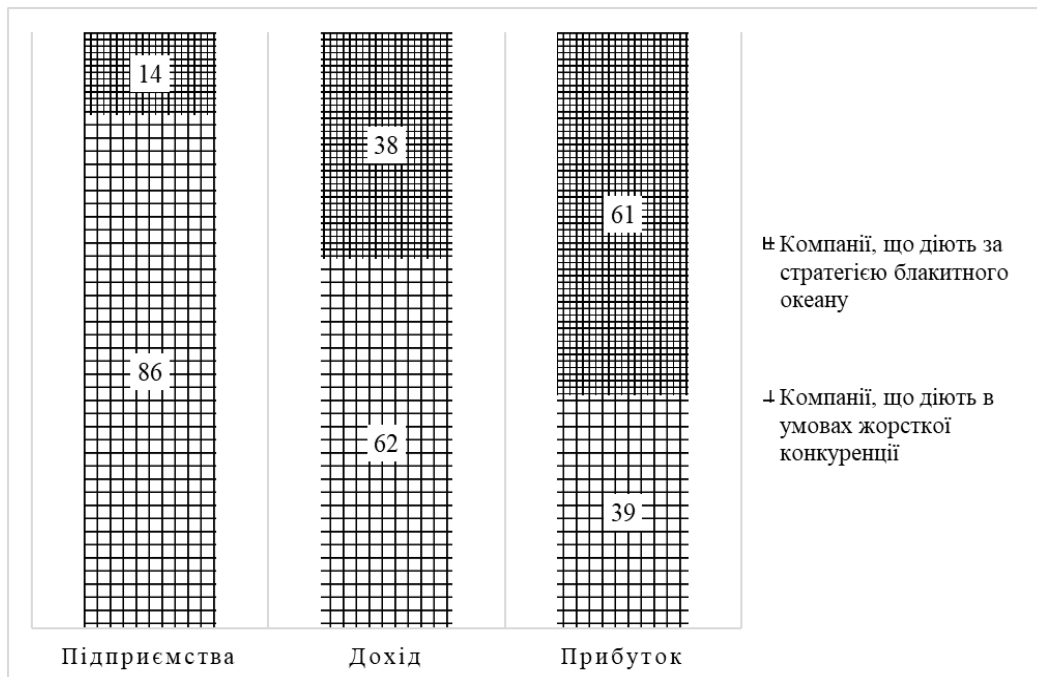


Рис 3.1. Порівняння результатів діяльності в різних умовах конкуренції

Джерело: складено автором на основі [63]

Звісно, не всі з наведених компаній діяли за стратегією блакитного океану, опираючись саме на політику екологічної відповідальності. Однак, якщо зважати на те, що бізнес-починання включали в себе всі інвестиції в створення і червоних, і блакитних океанів, то вигоди впровадження останніх є очевидними. І навіть, якщо не враховувати коефіцієнт успіху кожної з ініціатив, зазначені вище результати вже впроваджених стратегій, а саме відмінності між ними говорять самі за себе.

Крім цього блакитні океани відрізняються тим, що вони не розглядають чітко компанію чи якусь конкретну галузь, в якій вони працює, а певний стратегічний крок, який і приносить фірмі перманентну високу ефективність.

Посилення конкурентоспроможності українських компаній при впровадженні політики екологічної відповідальності, таким чином, полягає в переході від жорсткої прямої конкуренції з іноземними компаніями (котрі досить часто мають більш успішний бренд чи є більш відомими для споживача) до створення “блакитного океану” конкуренції, в якому екологічно-відповідальна політика компанії буде однією зі складових новації цінності. Це можна зобразити за допомогою стратегічної канви, в якій горизонтальна вісь відображає коло факторів, на основі яких конкурує та чи інша галузь, тоді як вертикальна вісь фіксує рівень пропозиції, який покупці отримують за всіма цими ключовими конкуруючими факторами (рис 3.2).

Крива цінності або стратегічний профіль є основним компонентом стратегічної канви. Це графічне зображення відносної продуктивності компанії за факторами конкуренції в галузі.

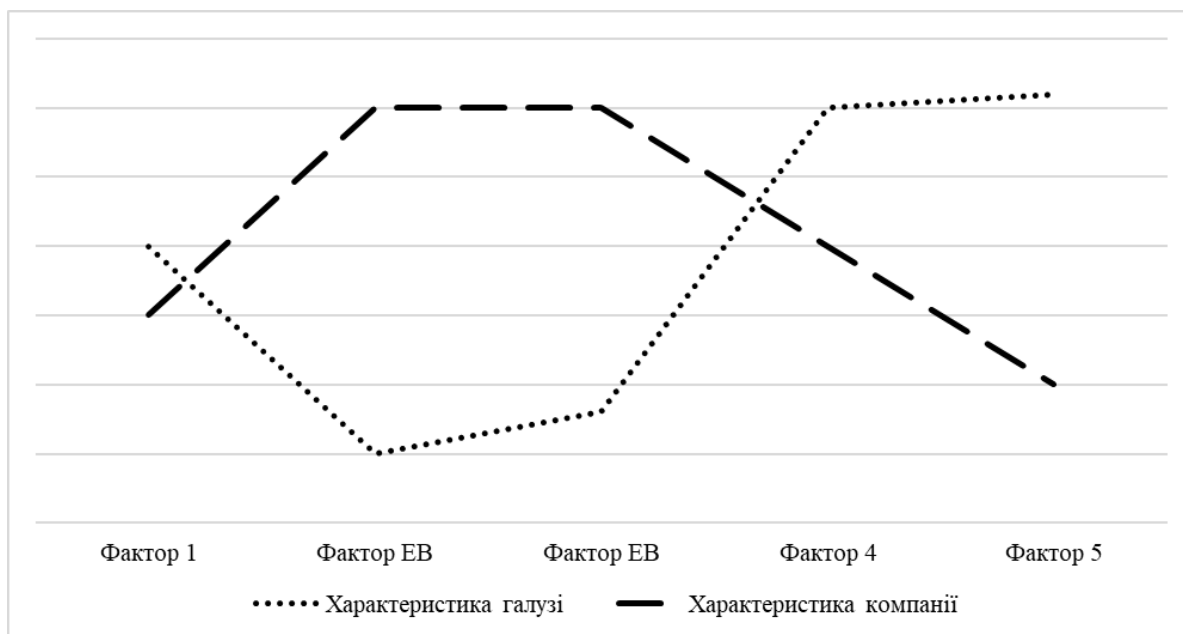


Рис. 3.2. Загальний вигляд стратегічної канви

Джерело: складено автором

Тобто, за допомогою стратегічної канви, можна здійснити відносне порівняння компанії з її конкурентами і зробити висновки про подальші кроки до втілення стратегії.

Таким чином, перспективи посилення конкурентоспроможності українських компаній полягають у створенні нової цінності, у тому числі шляхом впровадження політики екологічної відповідальності. За такого підходу, українські компанії отримують можливість не вступати в “жорстку” конкуренцію з іноземними компаніями та, відповідно, не шукати шляхи для отримання конкурентної переваги шляхом зниження собівартості продукції та її ціни. Навпаки, політика екологічної відповідальності та її впровадження дозволить українським компаніям отримати перевагу шляхом створення ціннісної конкурентної переваги.

Висновки до розділу 3

В даному розділі було проаналізовано різні моделі екологічної відповідальності, в тому числі американську та європейську. Було визначено, що незважаючи на те, що основними інвесторами в економіку України є європейські компанії, українська модель управління та екологічної відповідальності є більш подібною до американської. Це затрудняє європейські інвестиції в українські компанії та створює проблеми у гармонізації їх управління.

Оскільки в Україні та у світі більшість компаній під час проведення політики корпоративної та соціальної відповідальності опираються на фінансово-економічні показники, то автором були розроблено формулу, котра дозволяє оцінити ефективність політики екологічної відповідальності. Вона включає в себе три основні показники: ROE, обсяги

інвестицій в екологічну відповідальність та коефіцієнт кореляції між інвестиціями в ЕВ та ROE.

Було також проаналізовано взаємозв'язок та перспективи покращення конкурентоспроможності українських компаній шляхом запровадження політики екологічної відповідальності. Продемонстровано зв'язок між політикою ЕВ та переходом до конкуренції за стратегією “блакитного океану”. Здійснено порівняння традиційного підходу до конкуренції з даною стратегією, а також співставлено результати діяльності компаній в різних конкурентних середовищах. Також, було складено стратегічну канву для українських компаній за умови впровадження ними політики екологічної відповідальності.

ВИСНОВКИ

В роботі узагальнено теоретичні засади дослідження поняття сталого розвитку, а також сформульовано його інституційну рамку. Виявлено, що поняття сталого розвитку є комплексним та включає в себе не лише підсистеми, але й сукупність принципів, ієрархію завдань та набір інструментів. Продемонстровано, що хоча поняття “сталого розвитку” зазвичай відносять до суспільства та держав, однак приватні компанії теж схильні слідувати принципам сталого розвитку.

Проаналізовано поняття екологічної відповідальності як складової концепції сталого розвитку. Визначено, що політика екологічної відповідальності не може бути стандартизована, а має формулюватися кожною компанією самостійно, виходячи з загальних принципів та підходів до сталого розвитку. Розглянуто екологічну відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії та інструмент покращення її конкурентної позиції.

Сформульовано методологічний підхід до оцінки впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компанії. Визначено, що такий підхід має бути гнучким та поетапним, базуватись на завданнях, що ставились перед початком впровадження політики екологічної відповідальності.

Досліджено світові тенденції екологічної відповідальності, в тому числі досліджено динаміку кількості учасників Глобального договору ООН та стан надання нефінансової звітності світовими компаніями, що дозволило визначити, що великі компанії є більш схильними до впровадження політики екологічної відповідальності, ніж малі та середні.

Проаналізовано становлення інституту екологічної відповідальності в Україні та визначено основні проблеми з нефінансовою звітністю українських компаній. Досліджено заходи українських компаній у сфері корпоративної соціальної та екологічної відповідальності. Визначено, що українські компанії, що мають іноземних власників та іноземний капітал є більш схильними до впровадження політики ЕВ. Такі компанії використовують власні корпоративні кодекси та стандарти екологічної відповідальності та, таким чином, змінюють інституціональний підхід до ЕВ в Україні.

Досліджено підходи до оцінки впливу політики екологічної відповідальності на конкурентоспроможність компаній, проаналізовано групи показників для проведення оцінки та досліджено вплив зовнішніх факторів на проведення оцінювання. Визначено, що доцільним є проведення оцінки за допомогою методу відносних динамічних змін, тобто порівняння динаміки фінансово-економічних показників для конкретної компанії з середньозваженою динамікою за певною галуззю. Складено карту динаміки конкурентної позиції компаній.

Обґрунтовано модель екологічної відповідальності для українських компаній. Порівняно світові моделі підходу до управління та впровадження ЕВ: американську та європейську. Визначено, що оскільки країни ЄС є основними інвесторами в українську економіку, то подібність української моделі ЕВ до американської є перешкодою до залучення інвестицій. Створено формулу для оцінки фінансово-економічної ефективності політики екологічної відповідальності та надано рекомендації її застосування. Також, надано рекомендації, щодо кроків поліпшення підходу до екологічної відповідальності в Україні.

Проаналізовано перспективи посилення конкурентоспроможності українських компаній з використанням стратегії “блакитного океану”. Досліджено зв’язок даної стратегії з політикою у сфері екологічної

відповідальності. Надано порівняння даної стратегії з традиційною конкуренцією, визначено переваги стратегії “блакитного океану”. Проведено порівняння результатів діяльності за різних умов конкуренції, визначено, що стратегія “блакитного океану” надає компанії кращу конкурентну позицію. Складено загальну стратегічну канву для українських компаній з урахування впровадження екологічної відповідальності.

Теоретичне значення проведеного дослідження полягає в систематизації теоретичної бази вивчення екологічної відповідальності як складової стратегії сталого розвитку компанії та формуванні теоретико-методологічних підходів до оцінки ЕВ через призму мотивів та потреб стейкхолдерів. Практичне значення проведеного дослідження полягає в розробці методики оцінки впливу екологічної відповідальності на фінансово-економічні показники компанії, а також в формуванні стратегії “блакитного океану”, що оснований на політиці в сфері ЕВ.

Одержані результати можуть бути використані для проведення подальших досліджень проблем екологічної відповідальності з точки зору компаній та їх конкурентоспроможності. Також, одержані результати можуть мати практичне застосування при проведенні оцінки ефективності впровадження політики екологічної відповідальності всередині компанії, при проведенні зовнішнього аудиту та при прийнятті рішень щодо доцільності проведення екологічно-відповідальної політики.

Можливий напрям подальших досліджень включає: розробку економетричних моделей, аналіз впливу впровадження ЕВ на динаміку економічного розвитку України, дослідження взаємозв'язку між новими типами конкуренції та поняттям сталого розвитку, а також дослідження результатів впровадження екологічної відповідальності на прикладі конкретної української компанії (на основі теоретичних засад до оцінки

впливу ЕВ на конкурентоспроможність, що були сформульовані в даній праці).

Список використаних джерел

1. ‘About the UN Commission on Sustainable Development (CSD)’, UN Department for Economic and Social Affairs: Division for Sustainable Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org/esa/dsd/csd/csd_aboutcsd.shtml
2. Ковальов Б.Л. Стратегії сталого розвитку: історична ретроспектива / Механізм регулювання економіки, 2009, №4, Т1, с.192-197.
3. Дейлі Г. Поза зростанням: економічна теорія сталого розвитку: Пер. з англ. – К.: Інтелсфера, 2002. – 312 с. (Herman E. Daly. Beyond Growth. The Economics of Sustainable Development.- Boston: Beacon Press, 1996).
4. United Nations. Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development [Електронний ресурс] / United Nations // A/RES/70/1. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>.
5. Klarin T. The Concept of Sustainable Development: From its Beginning to the Contemporary Issues / Tomislav Klarin. // Zagreb International Review of Economics and Business. – 2018. – №21. – С. 67–94.
6. Abrahamson, K. V. 1997. Paradigms of sustainability. In S. Sörlin, ed. The road towards sustainability, A historical perspective, A sustainable Baltic Region, The Baltic University Programme, Uppsalla University, pp. 30-35.
7. Сохацька О.М. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі // Корпорації та інтегровані

- структури: проблеми науки та практики. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – С. 75–97.
8. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку [Електронний ресурс] / Н. А. Супрун // Електронна бібліотека. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: http://eip.org.ua/docs/EP_09_3_61_uk.pdf.
 9. Our Common Future, World Commission on Environment and Development (1987). [3 Mar. 2011]. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un-documents.net/ocf-02>
 10. Програма дій „Порядок денний на XXI століття” („AGENDA 21”). Ухвалена конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт „Планета Земля” 1992.) – Пер. з англ. — 2-ге вид. – Київ „Інтелсфера”: 2000. – 359 с.
 11. The environmental social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions, by Markku Lehtonen in Ecological Economics 49, 2004.
 12. Башнянин Г.І. Політична економія: [підручник для студентів вузів] / Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв. – К.: Ельга Ніка-Центр, 2002. – 528 с. – С. 517.
 13. Duhmanov N. Externalities and Growth / N. Duhmanov, P. Altzheimer. // Obstacles of Economic Growth. – 2017.
 14. Медоуз Д. Пределы роста. 30 лет спустя / Д. Медоуз, Й. Рандерс, Д. Медоуз; [пер. с англ.]. – М.: ИКЦ “Академкнига”, 2007. – 342 с.: ил. – С. 108.
 15. Climate Change 2001: Synthesis Report, Intergovernmental Panel on Climate Change / R.T. Watson et al. – Geneva: IPCC, 2001 URL: <http://www.ipcc.ch>.
 16. Mickelson K. "Leading towards a Level Playing Field, Repaying Ecological Debt, or Making Environmental Space: Three Stories about

- International Environmental Cooperation / Karin Mickelson. // Osgoode Hall Law Journal. – 2005. – №43. – С. 138–168.
- 17.Гринів Л.С. Екологічно збалансована економіка: проблеми теорії: [монографія] / Л.С. Гринів. – Л., 2001. – 240 с.
- 18.Demirel P. Sustainability-oriented capabilities for eco-innovation: Meeting the regulatory, technology, and market demands. / P. Demirel, E. Kesidou. // Business Strategy and the Environment. – 2019. – №28. – С. 847–857.
19. Глобальні цілі сталого розвитку ООН [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96_web\(2\).pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96_web(2).pdf)
- 20.Les Tien-Shang Lee The pivotal roles of corporate environment responsibility / Les Tien-Shang Lee // Industrial Management & Data Systems. – 2012. - Vol. 112, Iss: 3. – P. 466-483.
- 21.Міжнародний стандарт з Корпоративної соціальної відповідальності. Керівництво з соціальної відповідальності: ISO 26000: 2010 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.iso.org/iso/iso26000>
- 22.Sheehy B. Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? / B. Sheehy, F. Farneti. // MDPI. – 2021. – №13. – С. 1–17.
- 23.Міжнародний стандарт з Корпоративної соціальної відповідальності. Керівництво з соціальної відповідальності: ISO 14001: 2015 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html>
- 24.Alam S. Examining the role of environmental corporate social responsibility in building green corporate image and green competitive advantage / S. Alam, Z. Islam. // International Journal of Corporate Social Responsibility. – 2021. – №6. – С. 1–16.

25. Song W. Green innovation strategy and green innovation: the roles of green creativity and green organizational identity / W. Song, H. Yu. // *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. – 2018. – №25. – С. 135–150.
26. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В.М. Шаповал. – Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. – 357 с.
27. Sellitto M. Influence of green practices on organizational competitiveness: a study of the electrical and electronics industry / M. Sellitto, F. Hermann. // *Engineering Management Journal*. – 2019. – №31. – С. 98–112.
28. Глобальний Договір ООН [Електронний ресурс] / Guide to Corporate Sustainability // United Nations Global compact - Режим доступу: www.unglobalcompact.org.
29. Berezna M. Business environmental responsibility within the system of economic and social categories / V. Shapoval, M. Berezna // *Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics*. – Journal L'Association 1901 «SEPIKE»: Osthofen, Deutschland, Poitiers, France, 2014. – Ausgabe 6. – P.160–164.
30. Грішнова О. А. Екологічний вектор соціальної відповідальності / О. А. Грішнова, В. П. Думанська // *Економіка и управление*. – 2011. – № 3. – С. 32-41.
31. Des Jardins J. Corporate Environmental Responsibility / D.J. Jardins // *Journal of Business Ethics* - Vol. 17, no. 8 - 2013 - pp. 825-838.
32. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота // – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
33. Дерій Ж.В. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності: світовий досвід та українські реалії / Ж.В. Дерій, Т.І.

- Зосименко// Актуальні проблеми економіки, Випуск 11 – Національна академія управління, 2016 – С.278-290
- 34.Огородникова Н.Л. В.В. Инструменты механизма стимулирования корпоративной социальной ответственности в системе управления деятельностью предприятия / Н. Л. Огородникова // Вісник економічної науки України. — 2012. — № 1 (21). — С. 114-118.
- 35.Грішнова, О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні [Текст] / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. – № 7, 2010. – С. 3–8.
- 36.Ткаченко, Н. Э. Мотивация социальной ответственности бизнеса [Текст] / Н. Э. Ткаченко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – № 19, 2008. – С. 102–109.
- 37.Швец, Л. І. Витрати соціально відповідальної діяльності бізнесу [Текст] / Л. І. Швец // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – № 2 (56), 2011. – С. 163–168.
- 38.Rosen H. Management knowledge and ecological responsibility advice / Hallam Rosen. // Management Policy Review. – 2015. – №31. – С. 38–59.
- 39.Огородникова, Н. Оцінка рівня соціальної відповідальності підприємств у системі управління ресурсами пенсійного фонду України [Текст] / Н. Огородникова // Економіка. – № 2 (116), березень-квітень 2011. – С. 44–48
- 40.Шмиголь, Н. М. КСВ-дохід: визначення, оцінка, ефективність [Електронний ресурс] / Н. М. Шмиголь // Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nvbdfa/2010_1/1%2818%-29_2010_articles/1%2818%29_2010_Shmygol.pdf.
- 41.Concern over climate and the environment predominates among these publics [Електронний ресурс] // Pew Research Center. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.pewresearch.org/science/2020/09/29/concern-over-climate-and-the-environment-predominates-among-these-publics/>.

42. Business Solutions to Sustainable Development: United Nations Global Compact Progress Report [Електронний ресурс] // United Nations Global Compact. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unglobalcompact.org/>.
43. Martines C. Global Companies Quarter Report Focus Case Study: Then and Now / C. Martines, R. Reitmaier. // Journal of Human Capital. – 2021. – №19. – С. 611–698.
44. Murray R. The Open Book of Social Innovation: Ways to Design, Develop and Grow Social Innovation [Електронний ресурс] / R. Murray, J. Caulier-Grice, G. Mulgan // NESTA. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf.
45. Galbreath J. How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia / European Business Review. 2010. Vol. 22(4). P. 411–431.
46. Нефінансова звітність за міжнародними стандартами GRI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bakertilly.ua/news/id1129>
47. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR_Reporting_2017.pdf
48. The Future is Green And Inclusive - Eastern Europe [Електронний ресурс] // United Nations Global Compact. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unglobalcompact.org/library/5966>

- 49.Шкура І.С. Роль соціально-відповідального інвестування у забезпеченні сталого розвитку України / І.С. Шкура // Економічний нобелівський вісник. – 2016. – №1. – С.255–256
- 50.Офіційний сайт Глобального договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org>
- 51.Our Participants - Eastern Europe - Ukraine [Електронний ресурс] // United Nations Global Compact. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/>
- 52.Stimson R. Implementation of Corporate Sustainability Policies in Eastern Europe / R. Stimson, G. Androschuk. // Global Compact Bulletin. – 2019. – №24. – С. 34–91.
- 53.Wisser W. Corporate Social Responsibility in Developing Countries / Wayne Wisser. // CSR 2.0: The Future of Corporate Social Responsibility. – 2009. – №2. – С. 472–499.
- 54.GRI Reporting: World and Ukraine Perspective. // Deloitte Ukraine. – 2021
- 55.Кока-Кола Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.coca-cola.ua/content/dam/one/ua/uk/pdf-files/Sustainability%20report%20FINAL_ukr.pdf
- 56.Рошен [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://roshen.com/uploads/presentation/Roshen_AR-2018_32_1.pdf
- 57.Кейс компанії Roshen [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://csr-ukraine.org/keys-kompanii-roshen/>
- 58.Ukrsibbank BNP Paribas Group — «Бізнес, що змінює країну» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/corporate_social_responsibility/
- 59.ДТЕК: Охорона довкілля [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://dtek.com/sustainable_development/environmental/

60. Hisao J. Measuring investments effectiveness / Jung Hisao. // *Investment Management and Financial Innovations*. – 2017. – №18. – С. 11–24.
61. Нехме М. Н. Оцінка впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства: дис. д-ра філософії: спец. 073: галузь знань 07 / Мохамад Нассіф Нехме; наук. керівник Брінь П. В.; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків, 2021. – 212 с. – Бібліогр.: с. 152-178. – укр.
62. Магретта, Дж. Ключевые идеи. Майкл Портер. Руководство по разработке стратегии / Джоан Магретта; пер. с англ. Александра Калинина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.
63. Kim W. Chan. Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make competition irrelevant / W. Chan Kim, Renee Mauborgne. – Expanded edition. – Boston: Harvard Business School Publishing, 2015. – 288 p.
64. Александров І.О. / Еволюція дефініції конкурентоспроможності продукції // І.О. Александров, Г.П. Бурук // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2010. - № 2. – С.89-99
65. Міценко Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243-247.
66. Ільчишин С.М. Алгоритм управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Ільчишин // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 309-316.