

УДК 504.052: 502.34

DOI [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1\(60\)-10](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2021-1(60)-10)

Любов ЧЕРВІНСЬКА

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту,
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,
вул. Фрометівська, 2, м. Київ, Україна, 03039
ORCID: 0000-0002-1571-7974

Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри кібербезпеки, інформаційних технологій та економіки, Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія», Харківське шосе 210, м. Київ, Україна, 02121
ORCID: 0000-0001-7657-2855

Liubov CHERVINSKA

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management,
Interregional Academy of Personnel Management, 2 Frometivska str., Kyiv, Ukraine, 03039
ORCID: 0000-0002-1571-7974

Tetiana CHERVINSKA

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Cybersecurity, Information Technology and Economics, Kyiv Institute of Intellectual Property and Law of the National University „Odessa Law Academy”, Kharkivske Shosse 210, Kyiv, Ukraine, 02121
ORCID: 0000-0001-7657-2855

МЕХАНІЗМ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ У СФЕРІ РОЗБУДОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

MECHANISM OF PUBLIC ADMINISTRATION IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

Проблематика менеджменту в контексті екологічної соціальної відповідальності сьогодні в центрі уваги багатьох країн і світової спільноти. Її значимість збільшується внаслідок процесів глобалізації, зростаючого впливу діяльності бізнес-структур на довкілля, небезпечності зовнішнього середовища підприємств і регіонів тощо. В менеджменті організації набули поширення інноваційні практики етики бізнесу, складовою яких є екологічна відповідальність. Метою статті є оцінка теоретичних і практичних аспектів інноваційних практик менеджменту в контексті екологічної соціальної відповідальності бізнесу в країні і за рубежом і визначення напрямів поширення їх використання.

Задля цього проаналізовано апробовані інноваційні українські практики та зарубіжний досвід екологічної відповідальності бізнесу, запропоновано ефективні підходи з поширення екологічних ініціатив в діяльності бізнесу, що стосується впровадження інновацій щодо модифікації продукції, використання основних критеріїв, ознак і мотивів екологічної відповідальності компаній, виявлення впливу екологічної складової брендів, застосування екологічно орієнтованого кредитування тощо.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, екологічні, практики, проекти.

The problem of environmental social responsibility is today in the center of attention both many countries and the world community. Its significance increases as a result of globalization processes, growing influence of business structures and their environmental products, the danger of the external environment of enterprises and regions, etc. In the management of modern organizations, the innovative practices of business ethics became widespread, the component of which are environmental responsibility that are actively implemented throughout the world. However, there is a need to further elaborate the theoretical and practical principles of the concept of environmental social responsibility and experience of leading corporations on the peculiarities of its implementation, which is due to the need to prevent the negative consequences of the negligent attitude to the environment, the formation of the theory of sustainable development.

The purpose of the study is to assess the theoretical and practical aspects of innovative practices in management in the context of environmental social responsibility in the country and internationally and determining the directions of spreading their use. As a result of the concrete analysis of the main aspects of the programs of protection of energy and water resources, new approaches to the dissemination of environmental initiatives in business activities are proposed. This concerns the introduction of innovative approaches to the modification of products, the use of major criteria, features and motives of environmental corporate responsibility of companies, identifying the impact

of environmental components of brands, the use of environmentally-oriented lending, etc. In order to solve identified problem issues, tested innovative Ukrainian practices and foreign experience of environmental responsibility of business are analyzed. Efficient tools and innovative approaches to ensure environmentally responsible orientation of business entities in Ukraine are offered in the work of developing and implementing environmental innovative business organization projects.

Key words: social responsibility, business, environmental, practices, projections.

Постановка проблеми. Тема менеджменту екологічної соціальної відповідальності в умовах сьогодення є досить актуальною. При посиленій експлуатації природних ресурсів, вседозволеності, виникає загроза подальшого життя планети. Тож для розв'язання означених проблем потрібен перехід до утвердження особистісної і суспільної екологічної свідомості з дотриманням принципу відповідних прав нинішнього і наступних поколінь в контексті реалізації стратегії сталого розвитку [1; 2].

Протягом багатьох років у розвинених країнах використовуються підходи до вирішення екологічних проблем на основі впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу, що пов'язано з переходом країн до сталого розвитку. З 1970-х років людство активно ними переймається, науковці зосередились на дослідженні причин порушення еко-соціального балансу і пошуках способів вирішення проблем довкілля. Початком вирішення даної ситуації вважається створення Шведської Національної Агенції захисту довкілля (1967 р.), а потім – подібної у США [3]. У останніх міжнародних документах увага приділяється екологічній відповідальності, еко-свідомості, еко-культурі. Очікування людей спрямовані на те, що бізнес відповідальніше використовуватиме суспільні ресурси, зважаючи не лише на власні інтереси, але і всього людства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей впровадження концепції екологічної соціальної відповідальності присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених: Л. Бейлі, Х. Боуен, Д. Гібоні, А. Гессен, Д. Грейсон, Н. Держак, Дж. Елкінгтон, А. Керол, А. Кузнєцова, Дж. Ленсен, Л. Престон, С.Сімпсон, Т. Смовженко, З. З. Хілтон та інші. Існує точка зору науковців про недоцільність втручання у зовнішню по відношенню до бізнесу діяльність, який має дбати лише про власний прибуток, забезпечуючи його зростання і діючи у правовому полі, отже відповідально. Згідно класичного підходу, екологічна відповідальність виникла під дією екологічного законодавства: для уникнення санкцій, підприємства переглядають екологічну політику і вживають заходи по зменшенню негативного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище, а неокласичного – вона є наслідком не лише

нормативно-правових обмежень, а й моральної відповідальності бізнесу за вчинені збитки [4]. Економіко-етичний підхід ґрунтується на етичних факторах прийняття управлінських рішень. Радикальні екологічні напрями проявляються через екологічний фемінізм, соціальну екологію, захист тварин тощо [5; 6].

Проте існує потреба подальшого опрацювання теоретичних і практичних засад концепції менеджменту екологічної соціальної відповідальності і досвіду провідних корпорацій, щоб запобігти негативним наслідкам недбайливого ставлення до довкілля, сприяти реалізації теорії сталого розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання) є оцінка інноваційних практик менеджменту в контексті екологічної соціальної відповідальності бізнесу та визначенні напрямів поширення їх використання

Виклад основного матеріалу. Під екологічною соціальною відповідальністю розуміють дії, які приносять користь навколишньому середовищу або зменшують негативний вплив бізнесу на нього і виходять за межі того, що компанії повинні робити у рамках закону. Вона передбачає зобов'язання урядовців і бізнес-структур здійснювати дії, спрямовані на захист і поліпшення стану довкілля, які також відповідають їх власним інтересам.

Питання еко-розвитку актуалізувалось в 1980-х рр і була прийнята «Всесвітня стратегія охорони природи», в якій вперше зазначалось про стійкий розвиток. На світовій конференції у Роттердамі (1991 р.) виникла пропозиція концепції можливостей досягнення принципів сталого розвитку, складовою якої є екологічна [6]. Україна підтвердила своє намагання переходу до сталого розвитку, підписавши Декларацію і Програму розвитку «Порядок денний на XXI століття». Упродовж своєї незалежності вона добровільно, відмовилась від ядерної зброї; закрила небезпечну Чорнобильську АЕС. За індексом екологічної ефективності в останні роки Україна посідала 44 позицію, покращивши за 10 років свої результати на 25%. Дуже низьке значення, 130 місце серед 180 країн, Україна займає за «біорізноманіттям та середовищем проживання», а найкраще, 25 місце – за інтенсивністю викидів вуглецю на одиницю ВВП [8]. Наростання еко-проблем в країні, незадовільні її позиції за Індексом екологіч-

ної стійкості, збільшення витрат підприємств на сплату еко-податку (більш ніж у 2 рази перевищує зростання капітальних і поточних витрат), свідчать про те, що рівень екологічної відповідальності більшості українських підприємств є низьким.

Дослідження німецьких вчених підтверджують, що основними мотивами екологічної орієнтації підприємств є: екологічна соціальна відповідальність (30,5%), відповідні закони (22,5%), гарантування запобігання ризиків (12,1%), іміджева сторона (9,2%). Тобто, екологічна соціальна відповідальність при цьому має найсуттєвіше значення. Стосовно питання поінформованості про екологічну відповідальність бізнесу і її варіювання більшість опитаних українських компаній (78%) обізнані з цим. Хоча близько 22% підприємств України не обізнані з світовою практикою екологізації бізнесу. Відповідальне ставлення до природи не стало усвідомленою необхідністю менеджменту компаній – лише 29,8% їх назвали реалізацію екологічних заходів формою соціальної відповідальності [7]. Отже, вони не позиціонують себе достатньо відповідальними у вирішенні цих проблем. Більше половини суб'єктів бізнесу (53,3%) регулюються нормами екологічного законодавства, великих (79,8%) та середніх (70,8%) підприємств [8]. Лише 19,7% компаній, діяльність яких регулюється еко-законами, прагнуть досягти кращих показників ніж нормативні, інші – орієнтовані на наявні.

Щорічно в Україні виробляється більше 3,5 млн тонн відходів, з яких 245 млн. не йде на утилізацію і переробку. Найнебезпечнішими є накопичені побутові відходи житлово-комунального господарства (побутові), 16,2% загальної кількості [3; 4]. Враховуючи необхідність скорочення обсягів відходів, набуває актуальності питання розвитку еко-страхування. Певною перешкодою його становлення є військові фактори, що загрожують довкіллю, погіршують соціальні умови життя. Поряд з негативними тенденціями у сфері екологічної політики в Україні є позитивні приклади менеджменту соціально відповідальних роботодавців. Ефективні заходи впроваджує ІП «Кока-кола Беверіджиз Україна», здійснюючи ініціативну екологічну політику. Інструментом управління нею є система екологічного менеджменту ISO14001, який щорічно підтверджуються. Заслужують на увагу впроваджені проекти: повторне використання води для промивання обладнання (щорічна економія води на 40 тис. м²); перехід на сухі масильні матеріали, змащення обладнання без використання води (щорічне скорочення води

на 20 тис. м³); мийка обладнання активованою електрохімічною водою, без хімічних реагентів та води для їх розведення. З метою мінімізації впливу від транспортних засобів втілено проект еко-драйвінгу (оптимізує маршрути руху, мінімізує використання палива, скорочення викидів від нього, зменшення дорожно-транспортних пригод і травматизму). Також застосовується використання пляшок еко-форми для напоїв (зменшує витрати пластику на 20% і запобігає атмосферним викидам – 879 тонн вуглецю щорічно). Стратегія розвитку компанії ґрунтується на принципах: соціальна відповідальність; відповідність потребам споживачів; співпраця з клієнтами; бездоганність в управлінні витратами. Працюючи в напрямі розширення асортименту продукції, вона орієнтується на виробництво найбільш затребуваних споживачем напоїв, працює над розробкою нових їх видів, удосконалює пакування тощо, допомагаючи людям більш усвідомлено обирати товари, дотримуючись відповідального маркетингу. Завдання з відповідального маркетингу передбачає допомогу при розробці промислових кодексів поведінки, – зобов'язання Союзу європейських виробників напоїв (UNESDA). Управління виробничою діяльністю здійснюється згідно корпоративних стандартів компанії Соса-Кола (KORE) та стандартів Групи компаній Соса-Кола НВС. Це забезпечує підвищення ефективності виробництва, зменшення виробничих ризиків, покращення задоволення потреб клієнтів і споживачів. Система Компаній Кока-Кола в Україні прагне мінімізувати вплив упаковки продукції на довкілля.

Корпорація «Артеріум» вважає турботу про довкілля важливою складовою її відносин з місцевою громадою. Тут протягом останніх років зупинено ряд шкідливих виробничих ділянок, а також в десятки разів скорочено потреби у застосуванні кислот, лугів, небезпечних розчинників, проведено технічне переоснащення, що забезпечило зменшення використання кількості аміаку до 3 тонн. А замість каталітичного спалювання викидів вперше в Україні впроваджується ноу-хау – установка плазмо-каталітичного очищення викидів, яка забезпечує зменшення споживання природного газу на 2710,8 тис. м³ та викидів оксиду вуглецю на 2,644 тонн в рік. Корпорація відмовилась від використання піддослідних тварин в тестах на підтвердження безпеки лікарських засобів, використовуючи сучасний ЛАЛІ-тест. Екологічна безпека вважається пріоритетним напрямом розвитку компанії. При цьому важливе значення відводиться підвищенню еко-свідомості та еко-культури працівників.

Корпорація «Оболонь» виступила соціальним партнером міжнародної організації AIESEC в рамках масштабного еко-проекту «Green Rush» (зелена хвиля), який передбачає проведення екологічних конференцій, освітніх програм, просвітницьких акцій. Проектом передбачено втілення знань з екологічної відповідальності українській молоді. Тут реалізовано проект «Зелений офіс», в межах якого прийнято енергоефективні рішення, забезпечено можливості скорочення витрат світла, води, паперу на робочих місцях. Компанії «Оболонь» і Carlsberg Ukraine більше 10 років підтримують міжнародну еко-акцію «Година землі» – глобальну ініціативу, започатковану Всесвітнім фондом дикої природи (2007 р.), що закликає населення світу вимикати світло і не важливі електроприлади на годину в знак небайдужості до проблем зміни клімату і майбутнього планети (не для заощадження електроенергії, а для демонстрування дбайливого ставлення до природи). Це – наймасштабніша еко-акція, в якій задіяно понад 2 млрд. людей світу, з більш ніж 175 країн і майже 7 тис. міст.

Vodafone Україна – перший оператор мобільного зв'язку в Україні – отримав знак Соціальної Відповідальності, що являється підтвердженням вагомого внеску компанії у соціальну сферу та підтримку важливих екологічних ініціатив. Значним здобутком МТС Україна в галузі соціальної відповідальності є її приєднання до мережі Глобального Договору ООН для підтвердження зобов'язань щодо ведення бізнесу. За результатами дослідження UMG «МТС» визнана найвідомішою соціально відповідальною компанією України. Тут відзначимо такі екологічні ініціативи – програма «Викидай правильно»; активна участь співробітників в заходах з очищення територій, висадки дерев; застосування вітрогенератора на мобільній мережі; електронного архіву та електронного документообігу тощо.

У 2020 році УКРГАЗБАНК став першим українським банком партнером Private Financing Advisory Network (PFAN) – глобальної мережі, що забезпечує безкоштовну експертну та інвестиційну підтримку проектів «чистої» енергетики. УКРГАЗБАНК та Державна інноваційна фінансово-кредитна установа, що сприяє залученню інвестиційних ресурсів, розвитку інноваційного бізнесу, співпрацюють для впровадження спільних проектів в енергозбереженні, енергоефективності, «зеленій» енергетиці, захисті довкілля та розбудові інфраструктури цих сфер. Він є партнером соціально-екологічного проекту

«Київ квітучий», завданням якого є озеленення столиці, формування еко-культури та створення комфорту у сучасному мегаполісі. Банк сприяє забезпеченню конкурентноздатності своїх клієнтів в мінливих фінансових і кліматичних умовах. В 2020 році екологічна та соціальна складова була оцінена у 156 клієнтів, з них 81 – еко-проекти (52%). Всім проаналізованим позичальникам банку встановлюється ступінь ризику з допомогою екологічної й соціальної їх категоризації: А (високий), В (середній) та С (низький), який відображає вплив, пов'язаний з проектом, та визначає природу соціально-екологічної оцінки, інформаційну складову і залученість зацікавлених сторін. Проекти високого ступеня ризику відрізняються значним екологічним і соціальним впливом, потребують детальної оцінки; середнього ступеня – характеризуються достатньо керованим екологічним і соціальним впливом; відповідно низького – можуть призвести до незначного чи позитивного екологічного або соціального впливу. Діяльність АБ «УКРГАЗБАНК» зорієнтована на надання банківських послуг клієнтам, які впроваджують у практику проекти, пов'язані з ефективним використанням ресурсів та зменшенням шкідливого впливу на довкілля, – стратегію Еко-банкінгу, яка сприяє інвестуванню таких екологічно важливих об'єктів як сонячні та вітрові електростанції, теплоелектростанції на біопаливі тощо. Доля проектів відновлювальної енергетики в кредитному портфелі банку складає 22,7%, а проектів з енергоефективності та екології відповідно – 11,5%.

Внаслідок впровадження «зелених» проектів в Україні, профінансованих чи рефінансованих банком, вдалося забезпечити суттєве зменшення викидів парникових газів, зокрема, CO₂. На початок 2020 року, з початку реалізації еко-банкінгу (у 2016 р.), зменшено обсяг викидів парникових газів, за рахунок реалізації екопроектів банку, що складає 1 333 тис тонн.

За рейтингом журналу «Бізнес» УКРГАЗБАНК є провідним ЕКО-банком країни у фінансуванні та підтримці «зелених» проектів. Він реалізує послідовну політику охорони довкілля на основі постійної оцінки відповідності кредитного портфеля екологічним критеріям, проведення аналізу різних видів економічної діяльності, які можуть негативно впливати на довкілля, а також застосування відмов при розгляді замовлень з надання кредиту тим суб'єктам господарювання, які мають справу з екологічно небезпечними видами діяльності. Унаслідок того, що банк

приділяє значну увагу охороні і збереженню довкілля при наданні кредитів, він позитивно впливає на рівень екологічної свідомості своїх клієнтів.

В автомобільній промисловості компанія BMW Group вважається певним синонімом екологічного ведення бізнесу. Інтерес представляють її соціальні та еко – проекти. Концерн є лідером серед виробників автомобілів за показниками екологічної відповідальності, про це свідчить значення індексу стійкості Dow Jones. При цьому «стійкість» чи «сталій розвиток» означає соціально та екологічно відповідальне ведення бізнесу. Концерн визнає пріоритетність цих цінностей, його «екологічна раціональність» передбачає реалізацію принципів: суттєве зниження витрат палива і викидів CO₂ для всіх існуючих моделей автомобілів; розробка енергозберігаючих і альтернативних концепцій автомобілів; екологічно безпечні процеси виробництва та утилізація відходів; відповідальність по соціальних питаннях, зобов'язання з освіти та безпеки руху. Для автомобілів, які експортуються до європейських країн, протягом 12 років роботи концерн знизив викиди CO₂ більш ніж на 27% – значно більше, ніж будь-який інший автовиробник. На сьогодні більше 1,4 млн. автомобілів BMW і MINI оснащені технологіями Efficient Dynamics, у 32 моделях концерну викид CO₂ становить 140 г/км. Готуються для серійного виробництва: технології із зниженою витратою палива на 20%, в порівнянні з моделями, оснащеними тільки двигуном внутрішнього згорання. Компанія є першим автовиробником, діяльність якого орієнтована на використання водневих

технологій – випущено 100 водневих автомобілів BMW Hydrogen 7, які випробовуються, а також альтернативна концепція двигуна, наприклад, понад 600 автомобілів MINI E, які працюють тільки на електричному приводі. Важливими аспектами екологічно відповідального підходу BMW Group є низькі витрати палива і викиди CO₂ вироблених автомобілів, а також чисті процеси виробництва та витрата мінімальної кількості енергії і води, при роботі з розчинниками, виробництві відходів та викидів. Поодібна практика підтверджується прикладами (табл. 1).

Важливим є й те, що 95% автомобілів концерну потрапляють на переробку. Це пов'язано з тим, що: розроблення автомобілів забезпечує можливість їх швидко та екологічно-безпечно утилізувати в кінці життєвого циклу; з 2007 р. покупці в країнах ЄС можуть безкоштовно повернути свої старі автомобілі для утилізації; 15% всіх пластикових елементів автомобілів зроблені з перероблених матеріалів. Екологічна складова закладена і в логістиці бізнесу, при транспортуванні нових автомобілів концерн використовує переважно залізну дорогу і морські перевезення і оптимально застосовує контейнери, ящики, вантажівки, що сприяє зниженню негативного впливу на довкілля.

Певний науковий інтерес представляє позитивний вплив екологічної ознаки брендів. В умовах сьогодення, коли екологічно раціональний стиль життя набуває особливого значення, виникає потреба в брендах, які відповідають очікуванням людей щодо результатів експлуатації, і водночас сприяють вирішенню важливих екологічних питань. Враховуючи це,

Таблиця 1

Ефективність використання екологічних ініціативних бізнес-проектів

Товаровиробник	Екологічний захід	Ефективність впровадження
BMW Group	Чисті процеси виробництва	Витрата енергії і води, відходи і викиди при виробництві одного автомобіля знижуються на 30% протягом 7 років (приблизно на 5% щорічно).
Центр Досліджень і Інновацій в Мюнхені (FIZ).	Використання холодних ґрунтових вод для охолодження будівель	Зберігає близько 10 000 МВт електрики і 6300 тонн CO ₂
Завод BMW у Спартанбурге, Південна Кароліна, США	Використовує більше 60% своєї енергії з метанового газу, який виробляється довокільшнім заводом з переробки відходів	Знижується викид CO ₂ щорічно на 69 000 тонн
Завод BMW у Штейре, Німеччина,	Застосовує замкнутий цикл використання води і систему очищення	Зберігається до 30 мільйонів літрів води щорічно
BMW Group	95% автомобілів концерну піддаються утилізації або повторному виробництву	85% використовуються для виробництва матеріалів і ще 10% для регенерації енергії
Компанія BMW	Просвітницька програма у школах щодо збереження природи	Охоплено понад 1 мільйон людей до 2020 року

діяльність Procter & Gamble спрямована на те, щоб екологічна відповідальність знаходила певне відображення у її брендах. Так, завданням брендового мийного засобу Ariel є споживання на 50% меншої кількості ресурсів, електроенергії, води; бренд Pampers удосконалюється, використовуючи на 30% менше матеріалів для підгузків та запроваджуючи вторинну переробку для всіх підгузків та серветок; бренд Lenor передбачає використання на 50% вторинного каучуку при виготовленні прозорих пляшок усіх розмірів в Європі, що забезпечує використання більше 2700 тон переробленого пластику. Бренди Charmin і Puffs для більшості видів своєї продукції використовують упаковки повністю придатні для вторинної переробки. Бренд Tide містить 65% біологічної сировини, а його упаковка придатна для вторинної переробки, а завод, який виготовляє засіб, повністю перейшов на безвідходне виробництво. Реалізуючи програму, компанія прагне щоб всі провідні бренди сприяли відповідальному споживанню та заохочували до нього, а всі упаковки підлягали вторинній переробці або багаторазовому використанню.

Всі продукти компанії P&G виробляються на основі екологічно-відповідального ланцюга постачання – від отримання сировини для інгредієнтів до кінцевої продукції. Метою проекту є зменшення впливу на довкілля та прагнення до рішень замкненого циклу, в основі яких лежать регенерація та відновлення. Для її досягнення компанія орієнтована на: повне відновлення електроенергії та скорочення викидів парникових газів на 50%; ефективніше використання водних ресурсів на 35% і отримання не менше 5 мільярдів літрів води із джерел замкненого циклу; перехід не менше 10 значимих партнерств ланцюга постачання на замкнений цикл для реалізації циркулярних рішень в аспектах клімату, водних ресурсів або відходів. Екологічним завданням компанії є також захист і укріплення лісів, оскільки вона використовує деревну масу у виробництві деякої продукції. Жорстка внутрішня політика P&G забезпечує

ють відповідальне отримання лісоматеріалів, сертифікованих за найвищими стандартами, що забезпечується при співпраці з численними організаціями для збільшення кількості сертифікованих лісів у світі, посилення системи сертифікації; впровадження заходів з розробки продукції на основі підходу Forest Positive, в основі якого принцип загального позитивного ефекту на ліси світу. Компанія бореться із забрудненням водних ресурсів, шукає передові рішення для підвищення здатності водних ресурсів до відновлення. Основними цілями проекту є – до 2030р. забезпечити енергоощадність 70% завантажень посудомийних машин; зробити водозберігаючу продукцію доступною для 1 мільярда людей. Зауважимо, що станом на 2018 рік 69% завантажень є енергоощадними, а водозберігаюча продукція доступна 700 мільйонам людей. Реалізувати цілі компанії вдається за допомогою модифікації продукції (табл. 2).

В рамках реалізованих проектів компанія отримала визнання за активне лідерство в питанні боротьби з кліматичними змінами та зменшення викидів парникових газів і отримала у 2017 р. нагороду «Кліматичне лідерство». Компанія також активізує свою діяльність в сфері екологічної соціальної відповідальності і в Україні. Так, завод Procter & Gamble в м. Покрові оголосив про намір переходу на виробництво з нульовим показником твердих відходів. Заводи компанії в Україні також беруть участь у виконанні «Цілі 2030» сталого розвитку [4]. Отже, Procter & Gamble приймає свою відповідальність перед споживачами і майбутніми поколіннями.

За даними звіту Світового Банку «What a Waste 2.0» у світі щорічно виробляється 2,01 тонн твердих побутових відходів, 33% яких не обробляються екологічно безпечним способом. Протягом наступних 30 років кількість сміття збільшиться на 70% і досягне 3,4 млрд тонн на рік. Щоб ці прогнози не підтвердились, все більше компаній переходять на безвідходне виробництво. Так, до 2030 року всі заводи Procter & Gamble працюватимуть за принципом «нуль виробничих

Таблиця 2

Реалізація програми захисту водних ресурсів на основі модифікації продукції

Продукція	Ефективність екологічно-орієнтованого заходу
Мийний засіб Cascade Platinum Action Pacs	Змиває залишки їжі з посуду так добре, що дозволяє заощадити більше 75 літрів води за одне завантаження
Заправки швабр Swiffer Wet або WetJet,	Домогосподарства, в яких використовуються, можуть заощаджувати більше 260 літрів води щороку у порівнянні з використанням стандартних швабри та відра
Засіб для прання Tide HE Turbo	Заощаджує 984 літри води на рік у кожному домогосподарстві (при застосуванні у вискоелефективних пральних машинах він легко виполіскується перед віджимом)

відходів на полігон», що означає повну переробку або повторне їх використання без захоплення. У 2021 році цю сертифікацію отримав завод в м. Борисполі, а в 2021 році і завод в м. Покрові. Щорічно компанія, завдяки переробці деревини, зберігатиме більше 1,8 гектарів лісу. Повторне використання подрібнених відходів для паливних палет дозволяє отримати енергію достатню для опалення більше 2000 будинків площею 100 кв. м в опалювальний сезон. А переробка близько 800 тонн поліетилену і пластику допомагає зберегти 2 млн л нафти.

Зважаючи на те, що авіація виробляє близько 2% антропогенних викидів вуглекислого газу (CO₂) в світі, авіалінії прагнуть зниження викидів вуглецю, пов'язаних з їх діяльністю. Turkish Airlines лідер ринку в Туреччині, що перевозить 44% усіх пасажирів має екологічну політику, головним досягненням якої вважається створення в 2014 р. меморіального лісу у 19 містах Турецької Республіки, – висаджено 500 000 дерев. В 2012 році автоперевізник розпочав кампанію по посадці дерева для кожного пасажира-немовляти у віці від 0 до 2 років, який літає Turkish Airlines. Компанія також надає можливість іншим мандрівникам внести свій вклад в проект, привертаючи цим увагу до довкілля і прагне мінімізувати негативний вплив своєї діяльності на нього та вжити заходів по боротьбі зі зміною клімату. Турецькі авіалінії розробили програму підвищення паливної ефективності, вносячи вклад в колективні зусилля авіаційної галузі по боротьбі зі зміною клімату. З 2008 року було запроваджено і реалізовано понад 100 проєктів з оптимізації експлуатації з метою скорочення викидів вуглекислого газу. Авіакомпанія інвестує в найбільш передові та екологічно чисті літаки, зокрема, замовила 75 літаків Boeing і 92 Airbus нового покоління з економічнішою витратою палива, розпочала дослідження, яке включає вимір і моніторинг ефективності використання палива, що стало невід'ємною частиною її корпоративної культури. У 2013 році Turkish Airlines підписала угоду з Solena Fuels Corporation про виробництво з переробки відходів в біопаливо в м. Стамбулі та прагне поліпшити систему управління повітряним рухом.

Використовуючи практики екологічної соціальної відповідальності компанії не лише вирішують проблеми суспільства, збільшуючи затрати на впровадження енергоощадних і безпечних для довкілля та людей технологій – а й отримують певні вигоди: з'являється доступ до соціально-відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до

уваги показники компанії в галузі її захисту довкілля, збільшують свою інвестиційну привабливість; можливе скорочення операційних витрат; покращення репутації, іміджу, що розвиває і відкриває нові ринки і напрями бізнесу; зростання продажів, підвищення лояльності клієнтів, адже споживачі бажають знати, що продукти вироблені з розумінням екологічної відповідальності по відношенню до природи; підвищення продуктивності праці, з'являється більше можливостей залучати і утримувати співробітників (люди вважають за краще працювати в компаніях, цінності яких відповідають їх власним); привертають увагу зацікавлених сторін (стейкхолдерів, фінансових організацій, партнерів, клієнтів, ЗМІ та ін.); скорочення претензій з боку регулюючих органів; зростання конкурентоспроможності компанії в цілому; дотримання етичних норм у бізнес-поведінці фірми; у довгостроковій перспективі збільшується прибутковість компанії, знижуються ризики і видатки, пов'язані з управлінням тощо.

Враховуючи світові практики, більшість ТНК впроваджують політику захисту природи і боротьби зі зміною клімату. Поширеним є управління сертифікацією, що включає вимоги постачальників прийняти завірені стандарти третьої особи (ISO 14000). Більше 60% найбільших ТНК світу є учасниками Глобального договору ООН і застосовують рекомендаційні принципи Global Report Initiative (GRI). Значна частина ТНК, підписавши договір, засвідчила своє прагнення збалансувати економічні права з соціальними та екологічними обов'язками. Більшість ТНК поширює інформацію з питань їх екологічної діяльності та зміни клімату. Близько 98% великих ТНК, поширюють деяку інформацію з екологічних питань, а 87% – надають дані про викиди парникових газів, 73% – впровадили екологічне управління за стандартом ISO 14000 та 69% – несуть відповідальність за екологічні показники на рівні ради директорів [6]. Важливим стимулом природоохоронної діяльності в США вважається прискорена амортизація очисного обладнання. Законодавством встановлено утрічі коротший термін його амортизації порівняно з промисловим. Поряд із 10% податковою знижкою на очисне устаткування в країні є податкові пільги. Майже в 30 штатах для очисних споруд та обладнання відсутній податок на власність, у 24 – означене обладнання не обкладається податком з продажу; у 16 – не існує податку за оренду такого обладнання [5]. Задля скороченням шкідливих викидів використовується екологічне субсидування, оподаткування, кредиту-

вання, штрафування, квотування. Для контролю за викидами введено систему «дозволів» на допустиму норму забруднення, яка менша, ніж ліміт продажу суб'єктом бізнесу своїх прав фірмам. У окремих штатах впроваджено закони про можливість обов'язкового використання вторинної сировини, що здешевило отримання продукції ніж використання вихідної сировини, стимулювало підприємців переробляти відходи, уживані речі. В країні діє система податків за шкідливу продукцію (видів пального, міндобрив, пестицидів тощо) [4; 5].

В західних країнах в якості механізму збереження довкілля використовується екологічне страхування, страхування нерухомих об'єктів і екологічне страхування відповідальності при перевезеннях, яке дає можливість компенсувати реалізовані збитки, спричинені третім особам, та втрати страхувальників, при аварійному забрудненні навколишнього середовища. У Франції, Німеччині, Італії, Фінляндії та в інших країнах ЄС існує такий спосіб державного регулювання природокористування як система застави (стосується надбавок до роздрібних цін на товари, утилізація яких доцільна після завершення експлуатації). У Швеції застава використовується при продажі автомобілів, що забезпечило понад 90% їх утилізацію після реалізації. Важливу роль відіграє пільгове кредитування і субсидування еко-програм на конкурсних засадах, в деяких країнах субсидії надають фірмам, які не використовують пестицидів і отрутохімікатів. У західноєвропейських країнах є тенденція до відмови від субсидій при реалізації добрив (інструмент збереження ґрунту від добрив та мотивації біоспособів підвищення його родючості).

Директиви ЄС визначають правові та організаційні засади оцінки впливу на довкілля, яка спрямована на попередження та запобігання шкоди природі. Важливою проблемою паризької конференції «COP21» (2015 р.) була стабілізація парникових газів у атмосфері на рівні, що запобігатиме антропогенному втручанню в кліматичну систему планети. За участі 195-ти країн світу вирішено питання щодо нової кліматичної угоди (набрала чинності у 2020 р.), що передбачає обмеження глобального потепління на 1,5–2 градусів Цельсія [3] і впроваджується через: зменшення викидів і перевитрат об'єктів бізнесу; контроль вуглецевого сліду; сертифікацію події ISO 20121; оптимізацію економічних схем і використання транспорту; мотивацію нових видів еко-діяльності і робочих місць; формування еко-свідомості. У міжнародній практиці використовується ціла низка сис-

тем національної і міжнародної сертифікації. Продукція, яка відповідає екологічним стандартам засвідчується екологічним маркуванням, такі товари позначаються відповідним еко-знаком. Означені системи включено до міжнародної системи еко-маркування GEN, яка існує сьогодні і в Україні та входить до міжнародної системи сертифікації, хоча й не популярна серед товаровиробників і споживачів – в ній, зазвичай, зацікавлені експортоорієнтовані компанії, адже умовою виходу їхнього товару на зарубіжний ринок є його відповідність екологічним стандартам.

У розвинених країнах діє ефективна система моніторингу довкілля та наукових інституцій, що входять до органів екологічного регулювання (у США), чи є незалежними (у Німеччині). Фінансування цих інституцій з наукового забезпечення державного екологічного регулювання повністю здійснює держава. У США Агентство з охорони довкілля (EPA) є замовником наукової екологічної програми, яка включає: виявлення забруднюючих речовин, їх переміщення і наслідки; технологію очищення, розробку і демонстрацію нової екологічно безпечної технології тощо. Виконавцями програми є наукові установи з щорічним бюджетом у кілька сотень мільйонів доларів. У Франції, Німеччині, Великобританії у складі агентств охорони довкілля є наукові заклади, які виконують екологічні дослідження. Це свідчить, що витрати на наукові дослідження дають змогу одержати значну економію коштів при здійсненні природоохоронних заходів і зменшити збитки від забруднення довкілля.

Висновки з дослідження. Враховуючи сучасну екологічну ситуацію в Україні і світі, посилення менеджменту екологічної відповідальності може внести значний вклад у розв'язання виявлених проблем, поліпшити взаємовідносини бізнесу, суспільства, влади, покращити сприйняття українських товаровиробників на зарубіжних ринках. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС висуває нові вимоги до регулювання охорони довкілля відповідно з європейськими стандартами. На сьогодні екологічна відповідальність в Україні перебуває на стадії становлення, найбільш активними є представництва іноземних компаній, які імплементують в країну сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також українські суб'єкти з прогресивною інноваційно орієнтованою стратегією розвитку. Їх досвід потребує уваги підприємців, відповідного визнання і поширення.

Зарубіжний досвід державного регулювання у сфері природокористування та охо-

рони довкілля свідчить про необхідність поєднання економіко-правових і адміністративних методів. В якості найбільш ефективних інструментів мають використовуватись: екологічні платежі, що забезпечують бізнесу свободу вибору оптимальних рішень з плати за забруднення; пільги підприємствам, які ведуть боротьбу із забрудненням; система застава, що дає можливість встановлення надбавок до роздрібних цін на товари, утилізація яких доцільна після експлуатації; добровільні угоди між еко-інспекторами та природокористувачами; видача ліцензій з метою комплексного обстеження підприємств та індивідуалізації підходів щодо зменшення впливу на довкілля; штрафи за порушення законодавства у сфері екології.

Важливим способом активізації природоохоронної діяльності може бути: страхування екологічних ризиків та екологічних катастроф страховими пулами через критичний розмір збитків, що можуть реалізува-

тись як наслідки екологічних ризиків. Означені інструменти схожі до українських, але у розвинених країнах пріоритети надаються економічному стимулюванню та підтримці розвитку бізнесу, що забезпечує охорону і збереження довкілля. Стимулювання природоохоронної діяльності не має обмежуватись примусовими методами, важливу роль може відігравати політика надання пільг і допомог підприємствам, які ведуть боротьбу із забрудненням. При цьому роль держави має залишитись визначальною, а фінансування наукових досліджень у сфері охорони, збереження та відновлення природного середовища – проводитись з державного бюджету країни. Розглянуті підходи є апробованими, їх можна використовувати при розробці системи заходів, що заохочують екологічно відповідальну поведінку компаній з урахуванням особливостей української ментальності, високої тінізації економіки, відсутності податкових стимулів чи пільг для національних суб'єктів бізнесу.

Література:

1. Ладунка І.С., Симоненко Д.А. Екологічна соціальна відповідальність підприємств в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 917–923.
2. Огородник, В.В. Вплив екологічного компонента соціальної відповідальності на економіку країни. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 7. С. 612–616.
3. Червінська Л.П., Базиліук Б.Г. Управління персоналом в контексті соціальної відповідальності бізнесу: монографія. Київ : КНЕУ, 2018. 222 с.
4. Бойко Т.В., Абрамова А.О. Оцінювання екологічних ризиків від впливів на навколишнє середовище техногенних об'єктів. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2018. С. 30–35.
5. Ішук Л. І., Ніколаєва А.М., Пиріг С.О. Інвестиційні чинники фінансування природоохоронної діяльності. *Економічний форум*. 201). № 3. С. 151–155.
6. Encyklopedia CSR / ISO 26 000. URL: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/iso-26-000/>.
7. Komunikat Komisji Europejskiej na temat CSR Analiza tematyczna Forum Odpowiedzialnego Biznesu dla Programu Partnerstwa // Nr 1/2012. URL: http://odpowiedzialnybiznes.pl/wpcontent/uploads/2015/02/FOB_Analiza_tematyczna_komunikat-UE_2012.pdf.
8. Monitoring społecznej odpowiedzialność największych polskich przedsiębiorstw. URL: <http://www.centrumcsr.pl>.

References:

1. Ladunka, I., Symonenko, D. (2017). Environmental social responsibility of enterprises in Ukraine. *Economy and Society*, (13), 917–923.
2. Ogorodnik, V. (2015). The impact of the environmental component of social responsibility on the country's economy. *Global and National Economic Problems*, (7), 612–616.
3. Chervinskaya, L., Bazilyuk, B. (2018). Personnel management in the context of corporate social responsibility. Kyiv, 222 p.
4. Boyko, T., Abramova, A. (2018). Assessment of environmental risks from environmental impacts of man-made objects. *Bulletin of Vinnytsia Polytechnic Institute*, 30–35.
5. Ishchuk, L., Nikolaeva, A., Pie, S. (2016). Investment factors of financing environmental activities. *Economic Forum*, (3), 151–155.
6. Encyklopedia CSR, ISO 26 000, available at: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/iso-26-000/>
7. «Komunikat Komisji Europejskiej na temat CSR Analiza tematyczna Forum Odpowiedzialnego Biznesu dla Programu Partnerstwa», Nr 1/2012, available at: http://odpowiedzialnybiznes.pl/wpcontent/uploads/2015/02/FOB_Analiza_tematyczna_komunikat-UE_2012.pdf
8. Centrum CSR.PL «Monitoring społecznej odpowiedzialność największych polskich przedsiębiorstw», available at: <http://www.centrumcsr.pl>