

ВАРТІСНИЙ АСПЕКТ ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ІМІДЖЕМ ПІДПРИЄМСТВА

Перспективи розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання визначаються здебільшого бізнес-іміджем, що формує підприємство для внутрішніх та зовнішніх адресних груп. Від сприйняття компанії такими економічними агентами, як: акціонери, споживачі продукції або послуг, партнери, - залежить її престиж та репутація. Особливо актуальним у конкурентному середовищі є формування позитивного бізнес-іміджу підприємства для інвесторів та кредиторів, які безпосередньо впливають на фінансові можливості суб'єктів господарювання.

Проблемам формування та управління іміджу підприємств присвячені роботи зарубіжних та вітчизняних науковців: Альошиної І.В., Ілляшенко С.М., Ламбен Ж.Ж., Ткачук О.В., Томілової М.В. та інших. Однак, недостатньо уваги в працях вчених приділено фінансово-економічним аспектам формування позитивного бізнес-іміджу на підприємстві.

Поступово ключові позиції у зростанні бізнес-іміджу та подальшому розширенню фінансових можливостей займає екологічна складова іміджбідлінгу. Це підтверджується практичним досвідом компаній та фірм. Показовими індикаторами, що характеризують дотримання економічними агентами політики соціально відповідального інвестування виступають фондові екологічні індекси, які розробляються сьогодні провідними фондовими біржами та рейтинговими агентствами. Такі індекси є найбільш простим способом акумулювання інформації про ринкову вартість компаній. До найбільш відомих екологічних, низьковуглецевих індексів належать: NASDAQ OMX CRD Global Sustainability Index (США), FTSE4GOOD (Великобританія), HKQ AA HSBC (Гонконг), BOVESPA (Бразилія) [1].

Постійно зростаюча позитивна динаміка індексів сталого розвитку порівняно з індексами підприємств промисловості, що не дотримуються принципів екологоорієнтованого розвитку, стимулює підприємства до збільшення акціонерної вартості у довгостроковій перспективі за рахунок інтегрування у свою бізнес-стратегію принципів сталого розвитку [2; 3].

Перспективними у подальшому використанні є проведені зарубіжними вченими дослідження на основі міжкрайнового порівняльного аналізу щодо взаємозв'язку екологічної звітності,

чистого прибутку та ринкової вартості підприємства [4]. Результати дослідження показали наступне: існує позитивна кореляція між оприлюдненням звітності про екологічні показники підприємства та ринковою вартістю його акцій (Німеччина, Ірландія, Італія); спостерігається обернена залежність між відкритістю звітності про екологічні показники підприємства та ринковою вартістю його акцій (Австрія, Франція, Португалія, Люксембург).

Аналіз впливу екологічного фактору на показники фінансово-економічної діяльності підприємств свідчить про необхідність його подальшого урахування у системі управління підприємством, в тому числі при формуванні механізму управління бізнес-іміджем.

Так, характер впливу екологічної складової на формування та зростання іміджу має двоїсту природу. По перше, екологоорієнтована діяльність суб'єктів господарювання через посилення дії таких складових іміджу, як ділова репутація, імідж товарів та послуг, - дозволяє в цілому підвищити бізнес-імідж підприємства. По-друге, дотримання екологічної та соціальної відповідальності дозволяють підвищити з часом довіру кредиторів, інвесторів, інших зацікавлених стейкхолдерів, розширити ринкові можливості, підвищити ринкову вартість та в цілому фінансово-економічний потенціал підприємства.

Отже, постає необхідність побудови механізму управління бізнес-іміджем підприємства з акцентуванням уваги на екологічній складовій іміджбілдінгу. В основі такого механізму лежить використання методів та важелів впливу у взаємодії з суб'єктами та об'єктами управління, що в цілому сприяє створенню ефективного бізнес-іміджу підприємства на основі врахування екологічної детермінанти. Це дозволить розширити ринкові та фінансові можливості суб'єкта господарювання, підвищити вартість підприємства у перспективі.

1. Методологические особенности управления стоимостью компании, осуществляющей "зеленые" инновации / А. Г. Харин // Балтийский регион. - 2012. - №3. - С. 47-58.

2. Офіційний веб-сайт Dow Jones Sustainability Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sustainability-index.com>

3. Victorious-Forex: Міжнародний формат представлення бібліографічних даних [Електронний ресурс]: Проект. - Режим доступу: <http://victorious-forex.com/index.php/trejderu/stati/17-indeksy-i-cfd/850-NERAX-Eco-fondovyj-indeks-s-ekologicheskim-uklonom>

4. Cormier D. The revisited contribution of environmental reporting to investors' valuation of a firm's earnings: An international perspective / D. Cormier, M. Magnan // Ecological Economics. - 2007. Vol. 32(3,4). - P. 613 - 626.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей
VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014
року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 199-200.