

## РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА ШЛЯХУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Д. О. Смоленніков, асистент,  
Сумський державний університет,  
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна*

*У статті розглянуто поняття «екологічна відповідальність бізнесу». Визначено роль стейкхолдерів у впровадженні даної концепції. Наведено переваги екологічної відповідальності для підприємства. Обґрунтовано роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку країни.*

***Ключові слова:** екологічна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, стейкхолдери, конкурентні переваги.*

### ВСТУП

Питання взаємодії бізнесу, влади та суспільства частіше за все лежить у площині концепції корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility). Мова йде про те, що організації враховують інтереси суспільства, покладаючи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на зацікавлені сторони суспільної сфери. Бізнес добровільно проводить заходи, які спрямовані на підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевої громади і суспільства в цілому.

Останнім часом все більше набувають актуальності питання екологічної відповідальності бізнесу, що обумовлено загрозою техногенних та екологічних катастроф. Мова йде про добровільну розробку та здійснення компаніями програм природоохоронного характеру. Особливої актуальності питання екологічної відповідальності бізнесу набувають в розрізі концепції сталого розвитку, яка охоплює три основні аспекти: економічний, соціальний та екологічний.

Дослідженню екологічної відповідальності бізнесу присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, у тому числі Віннікової Т. О., Гаєвської М. В., Гасій В. В., Грішньої О. А., Косякової І. В., Крупіної Н. Н., Пахомової Н. В., Потравного І. М., Пусенкової Н. М., Салдаєвої М. М., Янковської А. А., а також Banerjee S. V., Schaefer A., Harvey B., Porter M. E., vander Linde C., Scheltegger S., Figger F. та ін.

Незважаючи на значний досвід наукових досліджень в цій сфері, на наш погляд, питання екологічної відповідальності бізнесу потребує додаткового аналізу в розрізі концепції «сталого розвитку».

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета даного дослідження полягає у висвітленні особливостей концепції екологічної відповідальності бізнесу та визначення її ролі на шляху до сталого розвитку країни.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Екологічні проблеми часто розглядаються як нерегульовані екстернальні ефекти. При цьому екологічні витрати розглядаються як зовнішні, що випливають з економічної діяльності, і ці витрати, як правило, не лягають на виробника і, таким чином, не знаходять відображення у ринкових цінах.

На шляху країни до сталого розвитку екологічні аспекти бізнесу також підпадають під увагу.

Всесвітня комісія з навколишнього середовища і розвитку визнала сталий соціо-еколого-економічний розвиток пріоритетною глобальною задачею, при цьому сталий розвиток розглядається як такий, що здатний задовольнити потреби сучасного покоління без загрози того, що майбутні покоління не зможуть задовольнити свої потреби [1].

Перехід до сталого розвитку вимагає значних змін в економічній та соціальній сфері в розрізі зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Говорячи про виробничу діяльність, постає питання екологічної відповідальності бізнесу.

Фактично екологічна відповідальність бізнесу є частиною корпоративної соціальної відповідальності [2]. Під екологічною відповідальністю бізнесу розуміють дії, які приносять користь навколишньому середовищу (або зменшують негативний вплив бізнесу на навколишнє середовище), і виходять за рамки того, що компанії зобов'язані робити за законом [3]. Екологічна відповідальність бізнесу включає зобов'язання осіб, що приймають рішення, запроваджувати дії, спрямовані на захист і поліпшення стану навколишнього середовища в цілому, і які також відповідають їх власним інтересам [4].

На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність, і екологічна відповідальність бізнесу зокрема, мають значення, проте вони не є визначальними аспектами бізнес стратегій підприємств.

Більшість фірм наразі розглядає екологічну відповідальність бізнесу як законні і добровільні види діяльності, які можуть збільшити конкурентоспроможність фірми і закріпити її репутацію під впливом різних соціальних та економічних агентів (стейкхолдерів). Під стейкхолдерами розуміємо групу людей або індивідів, які можуть впливати на роботу організації та відчують вплив від діяльності фірми [5].

Виокремлюють внутрішніх та зовнішніх стосовно фірми стейкхолдерів екологічної відповідальності бізнесу. До внутрішніх належать акціонери та працівники. Серед зовнішніх виділяють постачальників/бізнес партнерів, споживачів, державу, громаду, неурядові організації, медіа, та міжнародні організації [6].

Згідно теорії стейкхолдерів, оскільки всі зацікавлені сторони є законними партнерами в бізнесі, бізнес-фірма повинна враховувати вплив своїх дій на всі групи зацікавлених сторін. Розглядаючи планету як кінцеву зацікавлену сторону - стейкхолдера - в рамках цієї концепції, бізнес має нести відповідальність за шкоду, нанесену навколишньому середовищу [7].

Застосування теорії стейкхолдерів до концепції екологічної відповідальності бізнесу включає визнання стейкхолдерами злободенності екологічних проблем, яке трансформується в стратегічні дії з метою поліпшення екологічної політики фірми, а також можливість інтеграції різних зацікавлених сторін [7].

Саме стейкхолдери можуть впливати на фірми і вимагати від них екологічної відповідальності. Від реакції фірми залежатиме її репутація.

Репутація компанії є важливим фактором конкурентоспроможності на ринку. На шляху до сталого розвитку корпоративна репутація має також враховувати вплив підприємства на навколишнє середовище та запровадження екологічної відповідальності бізнесу.

Більше того, фірми мають розглядати захист навколишнього середовища як конкурентні переваги, а не як додаткові витрати або відкладену загрозу [8]. Крім того, конкурентні переваги від екологічної відповідальності бізнесу

можуть бути не просто внутрішніми, а переходити в розріз зовнішніх – соціальної законності, прозорості і співробітництва (рис. 1).

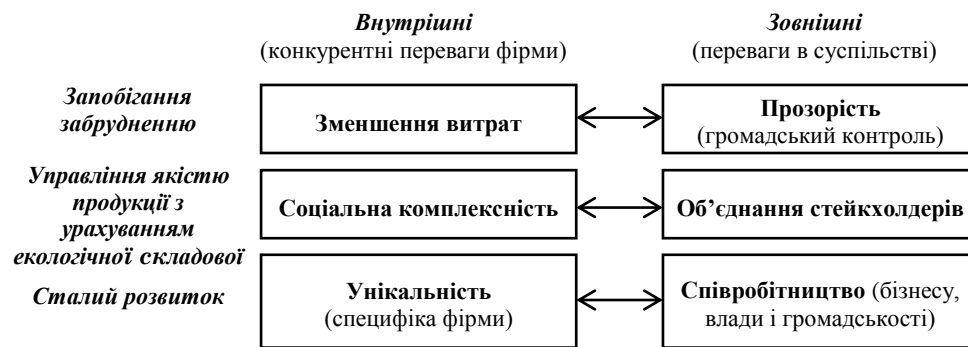


Рисунок 1 – Стратегії фірми та сталі конкурентні переваги [9]

Превентивна щодо забруднення стратегія- «запобігання забрудненню»- полягає в зменшенні шкідливих викидів та відходів з використанням новітнього обладнання та нових методів зменшення забруднення, а не на відловлюванні шкідливих газів «на кінці труби» (“end-of-pipe” method). Результатом такого підходу буде зменшення витрат, в чому і полягатимуть конкурентні переваги фірми [9]. Цей підхід безпосередньо пов'язаний з дотриманням екологічних зобов'язань, у тому числі відповідно до екологічного законодавства. З точки зору суспільства зростає прозорість бізнесу.

При застосуванні стратегії «управління якістю продукції з урахуванням екологічної складової» конкурентними перевагами фірма матиме завоювання ринку збуту. При цьому важлива думка потенційних споживачів та інших зацікавлених сторін – стейкхолдерів, які мають бути включені до процесу стратегічного управління.

Запровадження екологічної відповідальності бізнесу з метою досягнення сталого розвитку має стати стратегічними рішеннями, які вплинуть на внутрішній розвиток фірми, відносини між стейкхолдерами, організаціями і владою. Таким чином, фірми мають зосередитися на всіх аспектах сталого розвитку – економічному, екологічному і соціальному [10]. Йдеться про мінімізацію екологічного навантаження від розвитку та зростання підприємства [9]. Так, на шляху до сталого розвитку екологічна відповідальність повинна бути не просто атрибутом, що забезпечує відповідний імідж на міжнародній арені або вітчизняному ринку та прихильність споживачів, додаткові конкурентні переваги, популярність, а стати життєвою філософією для всіх людей, країн, урядів, корпорацій та компаній [11]. При цьому фірма здобуває довгострокові конкурентні переваги у вигляді всестороннього співробітництва (між бізнесом, громадськістю та владою) та технологічної кооперації. В результаті організація отримує суспільну репутацію та поліпшення іміджу, зростання вартості нематеріальних активів.

Крім того, значні переваги від запровадження екологічної відповідальності бізнесу отримує держава і суспільство: вирішення частини ключових екологічних питань, відповідність нормам і стандартам світової економіки з урахуванням екологічної складової, збереження здоров'я населення та ін.

Таким чином, на шляху до сталого розвитку, екологічна відповідальність бізнесу має стати не просто добровільними заходами, а такими, що підтримуються та заохочуються державою [2].

Згідно з проведеними опитуваннями у Німеччині основними мотивами діяльності підприємства щодо захисту навколишнього середовища є:

- 1) екологічна / соціальна відповідальність (30,5 %);
- 2) законодавство / державне регулювання (22,5%);
- 3) гарантії життєздатності фірми / запобігання ризикам (12,1 %);
- 4) імідж (9,2 %); 5) ін. [12]. Отже, роль державного регулювання в даному питанні є чи не першочерговою.

## ВИСНОВКИ

На сьогодні людством визначено шлях на досягнення сталого соціо-еколого-економічного розвитку.

На нашу думку, екологічна відповідальність бізнесу як складова корпоративної соціальної відповідальності може внести вклад у розв'язання екологічних проблем, що назрівають, та запобігти можливим конфліктам у взаємовідносинах бізнесу, суспільства і влади, сприйняття вітчизняних товаровиробників на міжнародному рівні.

При цьому для досягнення сталого розвитку країни екологічна відповідальність бізнесу має бути не поодинокими випадками, а має стати життєвою філософією для суспільства, підприємств та уряду.

## SUMMARY

### THE ROLE OF CORPORATE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY ON THE WAY TOWARDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*D. O. Smolennikov,*

*Sumy State University,*

*2, Rymkogo-Korsakova Str., 40007, Sumy, Ukraine*

*The paper is dedicated to the concept of corporate environmental responsibility. The role of stakeholders in implementing the concept has been outlined. Advantages for the firm from implementing corporate environmental responsibility have been shown. The role of corporate environmental responsibility on the way towards sustainable development has been justified.*

**Keywords:** *corporate environmental responsibility, sustainable development, stakeholders, competitive advantages.*

## РЕЗЮМЕ

### РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА НА ПУТИ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

*Д. О. Смоленников,*

*Сумский государственный университет,*

*ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина*

*В статье рассмотрено понятие «экологическая ответственность бизнеса». Определена роль стейкхолдеров во внедрении данной концепции. Приведены преимущества экологической ответственности для предприятия. Обоснована роль экологической ответственности бизнеса на пути к устойчивому развитию страны.*

**Ключевые слова:** *экологическая ответственность бизнеса, устойчивое развитие, стейкхолдеры, конкурентные преимущества.*

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I>
2. 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.
3. *Corporate environmental responsibility* / edited by Neil Gunningham. – Farnham : Ashgate, 2009. – 587 p.
4. Holtbrugge Dirk How international is corporate environmental responsibility? A literature review / Dirk Holtbrugge, Corinna Dogl // *Journal of international management*. – 2012. - Vol 18. – P. 180-195.
5. Freeman R. E. *Strategic management: a stakeholder approach* / R.E. Freeman. – Boston: Pitman Publishing, 1984.
6. He M. Sustainable development and corporate environmental responsibility: A comparative study of Chinese and multinational corporations / M. He, J. Chen // *3rd IEEE Conference on Industrial Electronics and Applications*, 2008. – P. 1674-1679.
7. Subhabrata Bobby Banerjee Corporate environmentalism. The construct and its measurement / Subhabrata Bobby Banerjee // *Journal of Business Research*. – 2002. - Vol. 55. – P. 177-191.
8. Porter Michael E. Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship / Michael E. Porter, Claas van der Linde // *Journal of Economic Perspectives*. – 1995. - Vol. 9. – P. 97-118.
9. Hart Stuart L. A natural resource-based view of the firm / Stuart L. Hart // *Academy of Management Review*. – 1995. - Vol. 20. – P. 986-1014.
10. Szekely F. Responsible leadership and corporate social responsibility: metrics for sustainable performance / F. Szekely, M. Knirsch // *European Management Journal*. – 2005. - Vol. 23, No. 6. –P. 628-647.
11. Грішнова О. А. Екологічний вектор соціальної відповідальності / О. А. Грішнова, В. П. Думанська // *Економіка и управление*. – 2011. – № 3. – С. 32-41.
12. Steger U. The Greening of the board room: How German companies are dealing with environmental issues / U. Steger // *Environmental strategies for industry: international perspectives on research needs and policy implications* (Fisher K. and Schot J. eds.). – Washington, DC : Island Press, 1993. – P. 147-166.

*Надійшла до редакції 3 грудня 2013 р.*