

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л. М. Побоченко
« _____ » _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Імплементация цілей сталого розвитку в міжнародні бізнес-моделі
«зеленого» підприємництва»

Виконавець: Багдасарян Тамара Германівна, група
МЕВ-203М

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
Набок Інна Іванівна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Пічкурова Зоя Володимирівна

(підпис нормоконтролера)

Київ - 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Побоченко Л.М.
«__» _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Багдасарян Тамари Германівни

1. Тема роботи «Імплементация цілей сталого розвитку в міжнародні бізнес-моделі «зеленого» підприємництва» затверджена наказом ректора від «15» вересня 2021 р. № 1868/ст.
2. Термін виконання роботи: з 04 жовтня 2021 року по 26 грудня 2021 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативно-правові акти України та інших держав, офіційні дані Міністерства екології та природних ресурсів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, матеріали ООН, Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Світового банку (СБ), Міжнародного енергетичного агентства, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, Standard&Poor's, щорічні звіти міжнародних організацій: Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП), Організації економічного співробітництва та розвитку.
4. Зміст пояснювальної записки: теоретико-методологічні засади дослідження сталого розвитку, аналіз застосування цілей сталого розвитку економічними агентами у процесах глобалізації, проблеми, перспективи та шляхи оптимізації корпоративних стратегій до «зеленого» підприємництва в глобальному вимірі.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 11 таблиць, 17 рисунків та 2 додатки.

6. Презентація основних результатів дипломної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	31.08.2021	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	11.10.2021	Виконано
3.	Розкрити теоретико-методологічні засади дослідження сталого розвитку (1 розділ)	12.10.2021- 24.10.2021	Виконано
4.	Проаналізувати застосування цілей сталого розвитку економічними агентами у процесах глобалізації (2 розділ)	25.11.2021- 07.11.2021	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати проблеми, перспективи та шляхи оптимізації корпоративних стратегій до «зеленого» підприємництва в глобальному вимірі (3 розділ)	08.11.2021- 21.11.2021	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	22.11.2021- 05.12.2021	Виконано
7.	Передати кваліфікаційну роботу для перевірки на плагіат	06.12.2021	Виконано
8.	Оформити кваліфікаційну роботу	07.12.2021- 16.12.2021	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	17.12.2021	Виконано
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	20.12.2021	Виконано
11.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	21.12.2021	Виконано

8. Дата видачі завдання: «11» жовтня 2021 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Набок І. І.
(підпис керівника) (П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____ Багдасарян Т. Г.
(підпис випускника) (П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Імплементация цілей сталого розвитку в міжнародні бізнес-моделі «зеленого» підприємництва»: 118 сторінок, 11 таблиць, 17 рисунків, 107 літературних джерел, 2 додатки.

Перелік ключових слів (словосполучень): ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (ЦСР), «ЗЕЛЕНЕ» ПІДПРИЄМНИЦТВО, КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ, ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС, СТАЛИЙ РОЗВИТОК.

Об'єкт дослідження: сталий розвиток та корпоративна поведінка міжнародних компаній у контексті наближення до нього.

Предмет дослідження: досягнуті успіхи компаній світу у переході на сталі принципи ведення бізнесу та їх наслідки для глобальної спільноти.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження успішності інтеграції Цілей сталого розвитку до сучасних бізнес моделей міжнародних компаній.

Методи дослідження: загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні та інші.

Отримані результати та їх новизна: було досліджено успішність досягнення сталого розвитку компаніями світу та вплив корпоративної соціальної відповідальності на світове суспільство.

Значущість виконаної роботи та висновки: розкриття питання сталих методів ведення бізнесу, що стоять на порядку денному, а також подальший розвиток «інклюзивних» бізнес стратегій не лише для українського бізнесу, але й для міжнародного.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати для застосування при написанні звітів щодо корпоративної соціальної відповідальності компаній світу в контексті досягнення Цілей сталого розвитку.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	11
1.1. Теоретичні основи концепції Цілей сталого розвитку та «зеленого» підприємництва як частини економіки сталості.....	11
1.2. Взаємодія компонентів та складових Цілей сталого розвитку на глобальному рівні.....	26
1.3. Інструменти та методи досягнення Цілей сталого розвитку на мікро- та макрорівнях	31
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИМИ АГЕНТАМИ У ПРОЦЕСАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	44
2.1. Імплементация сталих принципів до бізнес-моделей ТНК.....	44
2.2. Сучасні тренди реалізації корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-стратегіях підприємств.....	64
2.3. Аналіз корпоративних стратегій українського бізнесу в нових реаліях.....	79
РОЗДІЛ 3	
ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ДО «ЗЕЛЕНОГО» ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ.....	93
3.1. Проблемні аспекти адаптації корпоративних стратегій та їх реалізація в сучасних умовах ведення міжнародного бізнесу	93
3.2. Можливості покращення дотримання Цілей сталого розвитку бізнесами світу та позитивний ефект на міжнародну спільноту.....	100
ВИСНОВКИ	106
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	109
ДОДАТКИ.....	120

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Двигуном процесу глобалізації є модернізація і перехід світової економіки до нового сталого укладу, який поряд з якісними змінами в економіці, оновленням технологічної бази виробничих процесів, підвищенням ефективності використання ресурсів та чесної конкурентоспроможності та рівності, покликаний забезпечити поліпшення якості життя і середовища проживання. Масштаби сталої світової економіки поки порівняно невеликі. Однак потужна динаміка розвитку економіки з оглядом на майбутні покоління та її сегментів – соціальної, економічної та екологічної сфери – визначається цілою низкою чинників, в першу чергу, зберігаючи пріоритет у покращенні якості життя у країнах, що розвиваються шляхом підйому їх економік. У цьому можуть допомогти відповідальні компанії, які інтегрують Цілі сталого розвитку у свої нові корпоративні стратегії, які відповідають викликам сучасності.

У даній роботі розглядаються 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР або SDG — Sustainable Development Goals), які було сформульовано у 2015 р. Організацією Об'єднаних Націй на період до 2030 року. Вони стосуються зменшення нерівності, вирішення проблем у сфері екології та інших. Вирішити їх можна лише спільними зусиллями всього людства та бізнесу в тому числі. В результаті, 90% компаній, що входять до S&P 500, випускають корпоративні звіти про досягнення ЦСР і роблять у рази більше для суспільства і природи.

Сьогодні під впливом діяльності компаній-лідерів, інвесторів, покупців та держави навіть ті компанії, які завжди були далекі від Цілей та завдань сталого розвитку, почали імплементувати їх у свою стратегію та ставати більш відповідальними. Фактори ESG (Environment, Social, Corporate Governance – ESG), які застосовуються для оцінки діяльності підприємств щодо навколишнього середовища, суспільства та корпоративного управління, відстежуються інвесторами та іншими стейкхолдерами нарівні з показниками рентабельності підприємств.

Але незважаючи на всі зусилля бізнесу, Цілі сталого розвитку здаються недосяжними, і поточних результатів недостатньо для зміни вектора розвитку та переходу на більш стійку модель. Щоб отримати суттєвий результат до 2030 р., компаніям потрібні амбітні цілі та кардинальні зміни у підходах ведення бізнесу.

Необхідно зазначити, що трансформація бізнесу з урахуванням амбітних цілей у сфері сталого розвитку по всьому ланцюжку створення цінності забезпечить таке необхідне прискорення прогресу. Використання практик сталого розвитку – нова епоха, але вже зараз компанії відзначають необхідність у великій кількості ресурсів. Однак учасники ринку допомагають один одному: з'являється все більше прикладів, що надихають, взаємовигідних партнерств, проривних технологій. З їх допомогою сталий розвиток повною мірою стане частиною звичного життя, а відповідальна поведінка – візитною карткою кожного бізнесу.

В Україні ж інтеграція сталих принципів розвитку до корпоративних стратегій бізнесу залишається на досить низькому рівні. Просувати сталий розвиток через окремі компанії можливо, але це робота довгострокового планування. Набагато легше працювати у підготовленому середовищі, у стійкій екосистемі. Наглядова рада Глобального договору ООН в Україні допомагає розвивати саме таку екосистему, комунікувати важливість включення Цілей сталого розвитку бізнесом, тим самим допомагаючи зростати українському бізнесу.

У період сучасного спаду світової економіки багато ТНК стикаються з проблемами на шляху встановлення сталості у своєму бізнесі. Ними можуть бути як і нестача ресурсів, складнощі вимірювання свого успіху, так і небажання людей переходити на нові стандарти та підлаштовуватись під сучасність. Проте, створення сприятливих умов для розвитку «зеленого» підприємництва та чіткий контроль з боку держав та міжнародних організації можуть бути необхідною умовою становлення сталої економіки на глобальному рівні.

Найбільш важливими в науковому розумінні для автора під час роботи над кваліфікаційною роботою були теоретичні розробки провідних вітчизняних фахівців, зокрема: З. Бурик, П. Гаман, Ю. Ковбасюк, С. Марова, В. Тертичка, В. Токарева, В. Толкованов, О. Чечель та багатьох інших.

Теоретичному обґрунтуванню сутності, особливостей, інструментів і проблематики розвитку сталого розвитку присвячені роботи таких закордонних вчених та дослідників, як К. Аллен, Е. Барб'є, О. Біна, Б. Далал-Клейтон, Х. Делі, В. Дітріх, Р. Костанца, П. Кругман, Г. Паулі, П. Содербаум та ін.; та вітчизняних вчених О. Балуєвої, І. Бистрякова, Б. Буркинського, О. Веклич, Т. Галушкіної, Б. Данилишина, Л. Жарової, Т. Кваша, Л. Мельника, В. Мороза, Л. Мусіної, Н. Орлової, В. Потапенка, В. Реутова, Ю. Ульяновченка, М. Хвесика, Є. Хлобистова, О. Чмир та ін.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження ступеню інтеграції Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії бізнесу та успішність використання їх при веденні міжнародної господарської діяльності, аналіз головних перепон, з якими стикаються компанії у бажанні стати більш відповідальними та визначення основних шляхів подолання таких перепон задля становлення сталого суспільства у глобальному просторі.

Відповідно до поставленої мети виділяють **основні завдання**:

- розкрити концепцію сталого розвитку та основи «зеленого» підприємництва;
- дослідити компоненти системи сталого розвитку та їх взаємопов'язаність;
- провести аналіз інструментів адаптації та інтеграції ЦСР у національні контексти для становлення «сталого» економіки в країнах світу;
- проаналізувати тенденції та успіхи міжнародних компаній в дотриманні Цілей сталого розвитку;
- оцінити важливість корпоративної соціальної відповідальності та її видів в контексті становлення сталої економіки в країнах світу;
- визначити сучасний стан українських підприємств у контексті використання сталих принципів у своїх корпоративних стратегіях;
- дослідити проблеми ТНК та ризики у переході до Цілей сталого розвитку та їх виконанні;
- розглянути можливості полегшення переходу на «зелене» підприємництво в умовах глобалізаційних процесів у світі.

Об'єктом дослідження є сталий розвиток та корпоративна поведінка міжнародних компаній у контексті наближення до нього.

Предметом дослідження є досягнуті успіхи компаній світу у переході на сталі принципи ведення бізнесу та їх наслідки для глобальної спільноти.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять фундаментальні поняття «зеленого» підприємництва та Цілей сталого розвитку. В першому розділі при розкритті сутності та концептуальних понять ЦСР та «зеленої» економіки використовувалися методи дедукції та індукції, поєднання аналізу та синтезу, структурно-системного підходу, методу причинно-наслідкових зв'язків. В другому розділі роботи, в аналітичній частині, де досліджувалися та аналізувались зміни в методах ведення бізнесу на глобальному рівні та застосування певних інструментів задля досягнення встановлених цілей, використовувалися методи логічного й історичного, кількісно-якісного аналізу, статистичні методи, методи порівняльного аналізу. У завершальному третьому розділі основним науковим методом був метод причинно-наслідкових, логічних та функціональних зв'язків і залежностей, а також кореляційно-регресійного аналізу для визначення можливостей покращення та позитивного ефекту від досягнення сталості на світову спільноту.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи становлять нормативно-правові акти України та інших держав, офіційні дані Міністерства екології та природних ресурсів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, матеріали ООН, Організації економічного співробітництва та розвитку, Світового банку, Міжнародного енергетичного агентства, наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, матеріали періодичних видань.

Фактологічною та статистичною основою слугували щорічні звіти Організації Об'єднаних Націй, Програми ООН з навколишнього середовища ЮНЕП, Організації економічного співробітництва та розвитку, а також відповідні сайти в Internet.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення та результати дослідження висвітлені в матеріалах статті: Багдасарян Т.Г. Глобальні цілі сталого розвитку в корпоративних стратегіях бізнесу // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин; Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю. О. Волошина – Київ: НАУ, 2021. – С. 204-208.; Багдасарян Т.Г. Застосування цілей сталого розвитку в стратегіях міжнародних корпорацій в умовах глобальних трансформацій / Т.Г. Багдасарян // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XII міжнародна науково-практична конференція, 14 травня 2021 р.: тези доп. – К., 2021. – С. 109-113.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. У роботі розміщено 11 таблиць, 17 рисунків та 2 додатки. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 107 найменування на одинадцяти сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

1.1. Теоретичні основи концепції Цілей сталого розвитку та «зеленого» підприємництва як частини економіки сталості

Світова економічна система тісно пов'язана із навколишнім середовищем, тому нездатність сучасної економічної теорії визнати цю реальність мала далекосяжні наслідки, серед яких, в тому числі, і глобальна зміна клімату. Зростаючі глобальні та локальні екологічні обмеження поглиблюються поєднанням економічних криз, стихійних лих і соціальних конфліктів.

Сучасний етап світового розвитку характеризується активним пошуком рішень в сфері економії вичерпних ресурсів, зниження енерговитратності національних економік, підвищення рівня життя та добробуту населення з одночасним дбайливим врахуванням особливостей оточуючого середовища. Так, на зміну Цілям розвитку тисячоліття, що були прийняті світовими лідерами в ООН у 2000 р., для забезпечення прогресу у таких областях, як ліквідація бідності та голоду у світі, поширення доступу та покращення якості води, поширення загальних початкових шкіл для дітей, запобігання смертності, зокрема серед дітей, було прийнято у 2015 р. Цілі сталого розвитку, які стали результатом широкого обговорення із усіма країнами, незалежно від рівня їх економічного розвитку, та зацікавленими сторонами – приватним бізнесом, громадськістю, громадськими об'єднаннями і т.д., що дозволило досягти універсальності цілей по відношенню до усіх країн, зробити акцент на національних особливостях, зокрема, ресурсних, забезпечити можливість їх реалізації за принципом інтеграції навколишнього середовища у загальну концепцію розвитку. Більш того, у 2015 р. більшість країн світу підписали в Парижі угоду щодо захисту навколишнього середовища та скорочення викидів шкідливих газів у повітря, названу пізніше як Паризька

кліматична угода. Її ратифікували 195 країн світу, та вона стала першою юридично закріпленою угодою в сфері зміни клімату.

Подібні угоди та домовленості показують, що національні уряди та суспільство почали задумуватися над тісним зв'язком між економікою, виробництвом та сталим розвитком, екологічним майбутнім. Почалися відбудовуватися стратегії деталізованих взаємодій між цими компонентами та зайшла мова про формування та становлення «зеленої» економіки, яка б прийшла на місце тієї, що існує зараз. При цьому враховувалися припущення щодо вичерпності та обмеженості ресурсів, нестабільності цін на ресурси та загального впливу їх використання на суспільство та еко-системи загалом.

Все це обумовлює необхідність розгляду теоретичних засад проблеми розвитку концепції «сталого» економіки та підприємництва та необхідність проведення досліджень, присвячених розкриттю її сутності, особливостей, інструментів та механізмів реалізації.

Забезпечення сталого розвитку людства – найбільш значуща проблема, що стоїть перед світовою спільнотою. Така заява була зроблена в 1987 р. Генеральною Асамблеєю ООН. З тих самих пір вона не втратила своєї актуальності – концепція сталого розвитку активно обговорюється світовими лідерами і сьогодні.

У 1987 р. багато країн прийняли принцип сталого розвитку суспільства, що передбачає відповідальність держави і громадянського суспільства в забезпеченні можливості задоволення потреб як нинішнього, так і наступних поколінь. В цьому ж році Міжнародною комісією з навколишнього середовища і розвитку вперше було використано поняття сталого розвитку (СР). «Сталий розвиток передбачає задоволення потреб нинішніх поколінь, при цьому, не піддаючи загрози можливість подальших поколінь задовольняти свої потреби».

Сама ж концепція СР була прийнята на Конференції ООН з розвитку і навколишнього середовища в місті Ріо-де-Жанейро в 1992 р. На сьогоднішній день дана концепція є найпоширенішою і нерідко іменується «всесвітньою моделлю майбутньої цивілізації».

Концепція сталого розвитку утворилася в результаті з'єднання трьох напрямків (див. Рис. 1.1).

1) Економічного. З даного ракурсу поняття «економічної ефективності» розглядається зовсім під іншим кутом. Як стає зрозуміло, тривалі економічні проекти, що враховують закономірності природи, в результаті виявляються більш ефективними, ніж проекти, при реалізації яких не враховуються можливі екологічні наслідки.

2) Екологічного. Основна мета сталого розвитку в галузі екології – стабільність фізичних і екологічних систем. Ігнорування потреб природи призведе до деградації навколишнього середовища і поставить під загрозу існування всього людства.

3) Соціального. Саме усвідомлення соціальних проблем стало поштовхом до утворення даної концепції, спрямованої на збереження культурної та соціальної стабільності, а також на зменшення кількості конфліктів, що руйнують суспільство.



Рис. 1.1. Складові сегменти сталого розвитку

Примітка. Побудовано автором за даними [58].

На конференції в м. Ріо-де-Жанейро в 1992 р. також було ухвалено «Декларацію з навколишнього середовища і розвитку» [58] що містить 27 принципів, включаючи:

– принцип турботи про людей, які мають право на здорове і плідне життя в гармонії з природою;

- принцип суверенності права на розробку своїх власних ресурсів відповідно до національних політик в галузі навколишнього середовища;
- принцип нерозривності процесу розвитку і захисту навколишнього середовища;
- принцип задоволення потреб сучасного і майбутнього поколінь при реалізації права на розвиток;
- принцип співробітництва держав і зацікавлених осіб на глобальному рівні.

У цілому, документ визначає основне місце людей в процесі сталого розвитку, а також підкреслює важливість держави в даному процесі. Також на саміті були затверджені наступні документи:

1. «Рамкова конвенція ООН про зміну клімату».

Незважаючи на прийняття Конвенції в 1992 р., в силу вона вступила лише 21 березня 1994 р. Даний документ встановив концепцію дій міжнародного співтовариства, здатних допомогти зупинити зміну клімату на планеті. Головна мета Конвенції, що об'єднала 191 держав, – зниження концентрації в атмосфері парникових газів, що завдають шкідливу дію на кліматичну систему.

Країни, що прийняли Конвенцію, взяли на себе зобов'язання розробляти та надавати так звані національні повідомлення, що містять інформацію про розмір викидів парників газів на території держави, а також реалізованих і планованих заходів для виконання Конвенції (розвивати і використовувати технології, що поліпшують стан клімату, сприяти підвищенню рівня освіти населення в даному питанні, сприяти раціональному використанню екосистем, співпрацювати з іншими сторонами).

У 1997 р. в Кіото, на третій Конференції сторін Конвенції, відбулося значне розширення даного документа, що встановив юридичні зобов'язання щодо зниження рівня викидів парникових газів. Однак Кіотський протокол лише надав базові правила, але не вказав на подробиці їх застосування на практиці. Остання конференція відбулася в Парижі та закінчилася складенням так званої Паризької кліматичної угоди.

2. «Конвенція ООН про біологічне різноманіття».

Основна мета Конвенції – збереження та стале використання біологічного різноманіття на планеті, а також отримання вигод, пов'язаних із застосуванням генетичних ресурсів на рівній і справедливій основі.

3. «Порядок денний на ХХІ століття (Програма 21)».

У «Порядку денному на ХХІ століття» пояснюється значимість населення, використання нових технологій і споживання ресурсів для змін в навколишньому середовищі. Документ містить план дій, спрямований на зменшення неефективного використання ресурсів в рамках всієї планети. У Порядку пропонуються способи і заходи досягнення сталого розвитку і балансу між можливістю підтримки життя на планеті, населенням і споживанням. Також в документі описуються технології і методи, необхідні для створення плану щодо задоволення людських потреб при розумному використанні природних ресурсів.

Отже, можна стверджувати, що саме розширення розуміння процесів розвитку людства привело до появи поняття «сталий розвиток» в сучасному його значенні. Виходячи з нього, рішення, яке на перший погляд, є суто економічною проблемою, подолання бідності, узгоджується не тільки зі збільшенням грошового показника на душу населення, а й вимагає комплексного підходу, що враховує захист навколишнього середовища і прав людини.

Концепція сталого розвитку передбачає розмежування понять «зростання» та «розвиток». Довгий час метою розвитку економічної системи вважалося її кількісне зростання: збільшення обсягу товарів і послуг за рахунок все більшого використання природних ресурсів. На відміну від зростання розвиток передбачає якісне перетворення системи взаємовідносин людина – природа, що передбачає підвищення ефективності виробництва при фіксованій кількості використовуваних ресурсів або їх зменшенні.

Розглядаючи концепцію сталого розвитку, деякі дослідники пропонують розрізняти «сильну» і «слабку» її версії. Сильна, або екоцентрична, версія стійкості, на їхню думку, націлена на «досягнення прийняттого балансу між людським суспільством і природною екосистемою» [89]. Відповідно до цієї теорії стан навколишнього середовища настільки катастрофічний, що необхідно терміново

вживати рішучих заходів задля поліпшення екологічної обстановки. Прихильники «слабкої» версії концепції переконані, що країнам, що розвиваються не можна проходити той же екстенсивний шлях розвитку, який пройшли свого часу розвинуті країни, тому необхідно перерозподілити ресурси від багатих країн до бідних.

Основоположником «слабкої», або антропоцентричної концепції можна вважати американського економіста Симона Кузнетса. Згідно з так званою теорією екологічної кривої Кузнетса, злидні є основною передумовою нестійкості. З точки зору С. Кузнетса і його однодумців, природна екосистема може бути використана до тих пір, поки бідні країни не матимуть стільки ж багатства, скільки багаті країни мають сьогодні. Як тільки економічне рівноправ'я буде досягнуто, колишні бідні країни приступлять до роботи над екологічними аспектами сталого розвитку [90].

Перейдемо до поняття «зеленої» економіки та «зеленого» підприємництва як його частини. Не дивлячись на актуальність та активне обговорення концепції «зеленої» економіки серед науковців, спеціалістів, політиків та урядовців, бізнесу та громадськості, цей термін є відносно новим терміном, тому на сьогоднішній день єдиного визначення як серед вітчизняних, так і закордонних вчених немає. Так, Р. Костанца підтверджує, що серед економістів-екологів не існує єдиного підходу у визначенні понятійного апарату, проте найбільша частина з них поділяє думку, що Земля має обмежені можливості для стійкого забезпечення людства матеріальними предметами, які визначаються комбінацією ресурсних обмежень та екологічних порогів.

В ООН також погоджуються з тим, що єдиного визначення поняття «зелена» економіка» поки немає, проте існує «широка» згода, щодо основних ідей, які полягають в тому, що підвищення економічного зростання, соціального прогресу та охорони навколишнього середовища можуть бути взаємодоповнюючими стратегічними цілями та існує потреба у можливих компромісах між ними в процесі реалізації. В цьому випадку основний фокус концепції «зеленої» економіки повністю узгоджується із концепцією сталого розвитку, яка сприймає економічні, соціальні та екологічні аспекти, як три стовпи розвитку та підкреслює важливість рівності між поколіннями у розвитку, гарантуючи, що задоволення потреб

нинішнього покоління не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.

Саме «зелена» економіка інтегрує в собі екологію людини та простору в одне системне ціле за допомогою економічних, у т.ч. ефективних ринкових механізмів, вирішуючи відповідне перспективне завдання сталого розвитку. У найпростішому розумінні «зелена» економіка – це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси та відповідає інтересам всього суспільства.

Варто відзначити, що природні ресурси виступають не лише як елемент товарного виробництва, але й як елемент розвитку будь-якого суспільства, тому їх оцінка повинна відображати фактичні витрати, пов'язані з використанням ресурсів навколишнього середовища, та економічне значення природних ресурсів як джерела доходів від економічної діяльності. При такому підході чіткіше визначається місце «зеленої» економіки у загальному процесі досягнення мети сталого розвитку.

Такий підхід до трактування «зеленої» економіки є спільним для багатьох вчених. Так, Л. П. Марчук [26, с. 35] визначає «зелену» економіку як тип економіки, орієнтований на узгодження параметрів економічного розвитку з господарською місткістю екосистем, про відновлення якої треба постійно дбати. Тому створення «зеленої» економіки, фактично означає включення природної компоненти у виробничий процес не тільки на засадах споживання (йдеться про усталене використання природних ресурсів), але й на засадах збереження та постійного відтворення. М. Є. Стадник [36, с. 216] також пропонує визначати «зелену» економіку як таку, що є залежною складовою довілля, в межах якої вона функціонує і забезпечує зростання добробуту на умовах зниження забруднення навколишнього середовища, підвищення ефективності обмежених природних ресурсів, вторинного їх використання, попередження втрати біорізноманіття і надання екосистемних послуг.

Також широко застосовується ще один підхід, який акцентує увагу на перебудові сучасного матеріального виробництва та зміні виробничого галузевої структури економіки. Наприклад, Чмир О. С. та Захаркевич Н. П. [37, с. 12] під

«зеленою економікою» пропонують розуміти систему відносин, що охоплюють виробництво, розподіл, обмін та споживання, які будуються на засадах еколого-орієнтованої діяльності, підтримують збереження та відновлення оточуючого природного середовища і забезпечують мінімальний негативний вплив на нього за рахунок розвитку «зелених» секторів економіки і скорочення «коричневих», створення «зелених» робочих місць та виробництва «зелених» товарів та послуг.

Зрозуміло, що оскільки «зелена» економіка є об'єктом дослідження багатьох вчених та відповідних організацій, існує велика кількість підходів щодо визначення її сутності (табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Сутнісний аналіз визначення поняття «зелена» економіка

Підхід до визначення	Сутність визначення	Сфера застосування
Як інструмент [41]	Збереження вичерпних ресурсів, енергозбереження	Екологічна безпека
Як компонент [27]	Складова природного середовища, в рамках якого вона існує	Енвайронментологія
Як з'єднуюча ланка [36]	Об'єднання економічного зростання та екологічної стійкості та соціальної справедливості	Сталий розвиток
Як система [37]	Складна, цілісна система, яка містить у собі числення процесу	Стратегічне планування
Як механізм [23]	Стимулювання екологічного зростання та розвитку	Макроекономіка
Як політичний ракурс [25]	Сфера державної політики, яка спирається на екологічно сталий прогрес	Державне управління
Як процес трансформації [27]	Нівелювання диспропорції та дисфункції сучасної економіки	Економічна теорія
Як відносини [43]	Взаємодія між суб'єктами господарської діяльності	Господарське право

Примітка. Складено автором за даними [37, с. 21-25].

Слід зазначити, що поряд із терміном «зелена економіка» також в якості синонімів використовуються такі поняття, як «еколого-орієнтована економіка», «екологічна економіка» (Гринів Л. С. [23, с. 358]), «економіка природокористування» (Данилишин Б. М. [24, с. 464]), «еко-економіка», «інклюзивна економіка», «економіка сталості» (П. Содербаум [43, с. 1467]) і т.д. Однак ототожнювати «зелену» економіку та сталий розвиток не можна.

В ході конференції Ріо+20 концепцію сталого розвитку було визнано теоретичною основою розвитку людства на наступні десятиліття, а «зелену» економіку – одним з практичних механізмів реалізації цієї концепції. Концепція «зеленої» економіки не замінює концепцію сталого розвитку, проте наразі дедалі більшого поширення набуває визнання того, що досягнення сталості майже повністю залежить від ефективного управління економікою.

Концепція «зеленого» зростання так само, як і концепція сталого розвитку ґрунтується на принципах взаємодії суспільства і природи та спрямована на задоволення потреб людини таким чином, щоб ці потреби населення регіону могли бути забезпечені не тільки для теперішнього, а й майбутніх поколінь, при цьому виступаючи одним із практичних інструментів реалізації цілей сталого розвитку [45].

ОЕСР визначає «зелене зростання» як модель, що передбачає прагнення до екологічного зростання та розвитку за одночасного запобігання невиправданого навантаження на якість та кількість природних активів, дозволяючи при цьому сформувати порядок, за якого активи продовжують надавати ресурсні та екологічні послуги, від яких залежить наш добробут [45].

Показово, що обидва поняття «зелена економіка» та «зелене зростання» набули свого сучасного значення в умовах пошуку виходу з економічної кризи у світі та, зокрема, шляхів забезпечення економічного зростання в контексті запобігання зміни клімату та ресурсозбереження. Проте між цими поняттями існує велика різниця: якщо «зелена» економіка за визначенням Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП, англ. UNEP, United Nations Environment Programme) [46] забезпечує перехід до такої економіки, що «підвищує добробут людини і забезпечує соціальну справедливість, при цьому істотно знижує ризики деградації навколишнього середовища», то «зелене зростання» покликане створити можливість продовження економічного зростання, включаючи природний капітал у процес переосмислення та визначення економіки.

Не дивлячись на те, що Департамент з економічних і соціальних питань ООН (англ. UNDESA, United Nations Department of Economic and Social Affairs) визначає

концепції «зеленого зростання» та «низьковуглецевого розвитку» як споріднені «зеленій» економіці, вважається доцільним розмежування понять «зелена економіка», «зелене зростання» та «сталий розвиток», оскільки останній ґрунтується на результатах досягнення цілей «зеленого» зростання, яке залежить від впровадження та ефективної реалізації «зеленої» економіки та є її результатом (рис. 1.2):



Рис. 1.2. Взаємозалежність понять ««зеленої» економіки», «зеленого зростання» та «сталого розвитку»

Примітка. Побудовано автором за даними [49].

Серед відмінних рис «зеленої» економіки виділяють:

- зростання доходів і зайнятості забезпечується державними та приватними інвестиціями у ті заходи і проекти, які сприяють зменшенню викидів вуглецю та забруднення, підвищують ефективність використання енергії і ресурсів, працюють на упередження втрати біорізноманіття та екосистемних послуг; це створює базу для розгортання підприємництва, інновацій та росту зайнятості;
- економічне зростання має забезпечуватися при менш інтенсивному споживанні ресурсів в усіх секторах економіки за принципом «створювати більше вартості за меншого впливу» («creating more value with less impact»);
- головну роль у переході на засади «зеленої» економіки грає державна політика стимулювання розвитку «зелених» видів діяльності, обмеження субсидій на підтримку забруднюючих доквілля «коричневих» виробництв, впровадження

більш жорстких екологічних стандартів та відповідальності виробників і споживачів, продуманої системи державного регулювання;

– впровадження більш чистих технологій та еко-інновацій відкриває нові можливості зростання у «зелених» напрямках, компенсуючи втрату робочих місць у коричневих секторах [28, с. 33].

Отже, концепція «зеленої» економіки вимагає фундаментальних змін в рамках політичних курсів, адміністративних систем і в рамках оцінки природних ресурсів і добробуту людини.

Аналіз становлення та розбудови «зеленої» економіки в історичному контексті дозволив констатувати певну циклічність у його розвитку та виділити наступні етапи:

I етап – визнання. З моменту першого застосування терміну у 1989 р. у доповіді для уряду Великобританії «Blueprint for a Green Economy (Pearce, Markandya and Barbier, 1989), де термін «зелена економіка» фактично було використано лише у назві, її продовження «Blueprint 2: Greening the world economy» (1991) та «Blueprint 3: Measuring Sustainable Development (1994)» можна побачити суттєвий прогрес у поглядах науковців – якщо головною ідеєю першої доповіді була допомога економіки в реалізації екологічної політики, то у подальших наголос зроблено на глобальних екологічних проблемах (зміна клімату, виснаження озонового шару, вирубка тропічних лісів, втрата природних ресурсів у країнах, що розвиваються) та необхідності перегляду традиційної економічної моделі розвитку [38, с. 7].

У 1992 р. на Конференції ООН з навколишнього середовища та розвитку у Ріо-де-Жанейро був прийнятий «Порядок денний на XXI століття», в якому рекомендувалось «... активізувати здійснення програм озеленення з метою забезпечення самостійної діяльності з розвитку людських ресурсів і створення формальних і неформальних можливостей працевлаштування для жителів міст з низьким рівнем доходів» [66].

Наступний цикл розвитку «зеленої» економіки співпадає з фінансово-економічною кризою та пошуком відповідних шляхів подолання її наслідків для

національних економік. Так, у 2008 р. термін «зелена» економіка» активно використовувався в контексті обговорення антикризової політики: в умовах фінансової кризи і загрози глобальної рецесії ОЕСР відстоював ідею «зеленого» стимулювання передусім тих галузей, де масштабні державні інвестиції можуть дати поштовх формуванню основ «зеленої» економіки.

II етап – поширення та початок розробки концептуальних засад. У 2008 р. Генеральним секретарем ООН і Координаційною радою керівників системи ООН була проголошена екологічна програма ООН «Ініціатива «зеленої» економіки» (Green Economy Initiative). Програма була орієнтована на надання допомоги урядам в «озелененні» економіки через переорієнтацію політики, інвестицій і витрат на цілий ряд секторів: екологічно чисті технології, поновлювані джерела енергії, послуги водопостачання, «зелений» транспорт, управління відходами, «зелені» будівлі, сталє сільське та лісове господарство. Одним з перших результатів «Ініціативи «зеленої» економіки» став розроблений «Глобальний зелений новий курс» [60], який було визначено як єдиний шлях розвитку, здатний повернути світовій економічній і фінансовій системі стабільність.

У червні 2009 р., напередодні конференції ООН щодо зміни клімату в Копенгагені, ООН оприлюднила заяву на підтримку «зеленої» економіки як засобу вирішення численних суспільних проблем. У заяві наголошувалося, що економічне відновлення на основі глобальної «зеленої» економіки стане поворотним моментом для амбітної та ефективної міжнародної відповіді на численні проблеми, що стоять перед людством.

У лютому 2010 р. представники ряду національних урядів та Програми ООН з оточуючого середовища (UNEP) на Глобальному форумі в Нуса-Дуа дійшли згоди, що просування концепції «зеленої» економіки в контексті сталого розвитку та викорінення бідності може істотно вирішити поточні проблеми і створити можливості економічного розвитку і численні вигоди для всіх країн; визнано провідну роль Програми Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища в обговоренні питання про подальше визначення та просування концепції «зеленої» економіки та підкреслено необхідність надати можливість

країнам, що розвиваються, і країнам з перехідною економікою в повній мірі скористатися перевагами досягнення своїх цілей і просування концепції «зеленої» економіки [37].

У березні 2010 р. Генеральна Асамблея ООН ухвалила резолюцію 64/236, у якій йдеться про те, що «зелена» економіка в контексті сталого розвитку та викорінення бідності є однією з двох ключових тем Саміту «Ріо +20» [46]. В 2011 р. Європейський Союз опублікував дорожню карту для переходу до низьковуглецевої економіки до 2050 р.

Тема «зеленої» економіки в контексті сталого розвитку та викорінення бідності була включена в якості однієї з «нових проблем» під час першого підготовчого комітету UCSD (17-19 травня 2010 р.) (IISD, 2012), однією з ключових тем Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) в Давосі у 2011 р. Серія міжсесійних і підготовчих нарад в штаб-квартирі ООН в Нью-Йорку, ініціатив і доповідей країн (UNDESA і ПРООН, 2012) забезпечили внесок в «нульовий проект» підсумкового документа «На шляху до збалансованої та всеохоплюючої «зеленої» економіки», підготовленого в грудні 2011 р. [58].

На Конференції ООН зі сталого розвитку 2012 р. («Ріо +20»), глави держав і урядів, а також представники високого рівня визначили показники, які необхідні для оцінки прогресу в досягненні цілей розвитку тисячоліття (і в майбутньому, цілей сталого розвитку) з урахуванням особливостей національних умов господарювання, можливостей і рівня розвитку. «Зелена» економіка була запропонована в якості засобу каталізації розробки оновленої національної політики і міжнародного співробітництва та підтримки сталого розвитку.

З цього моменту на виконання зобов'язань, взятих на себе країнами в ході Конференції ООН 2012 р. зі сталого розвитку щодо перетворення світової економіки на всеохоплюючу та «зелену» в контексті сталого розвитку та подолання бідності, спостерігається активізація урядів щодо розробки та впровадження відповідної політики. Так, у 2013 р. ЄС прийняв Загальну програму дій Союзу з охорони навколишнього середовища до 2020 р. «Жити добре в рамках обмеженості ресурсів нашої планети», стаття 2 якої передбачає «...перетворити Союз на

ресурсоефективну, «зелену» та конкурентоспроможну низьковуглецеву економіку» [80].

III етап – модифікація. Як результат пошуку шляхів оновлення та модернізації екологічної програми ООН «Ініціатива «зеленої» економіки» (Green Economy Initiative), на Генеральній Асамблеї ООН 2015 р. Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP) опублікувала доповідь «Інклюзивна «зелена» економіка: резюме для лідерів», в якій «інклюзивна «зелена» економіка» являє собою альтернативу сучасному економічному порядку. Початково в концепції «зеленої» економіки акцент робився на інтеграції економіки та навколишнього середовища, згодом багато авторів почали включати у визначення ««зеленої» економіки» соціальний аспект.

Перш ніж розглянути концепцію «зеленого» підприємництва необхідно акцентувати увагу на тому, що екологічне підприємство з боку підприємств рекомендується здійснювати не тільки як екологічний менеджмент (мета якого полягає в дотриманні екологічної політики за допомогою реалізації програм охорони навколишнього середовища), але і як екологічний маркетинг (сутність якого полягає в максимальному задоволенні потреб споживачів шляхом надання їм товарів і послуг, мінімальної завдають шкоди навколишньому середовищу) [26]. Розглянемо відмінності екологічного менеджменту та маркетингу (див. Табл. 1.2).

Обидва ці аспекти є вкрай важливими при впровадженні та подальшому веденні екологічної діяльності в сфері підприємництва. Природно, що для здійснення всіх цих ємних і витратних напрямків діяльності необхідна, в першу чергу, якісна підтримка держави, що виражається у фінансовій, податковій, організаційній, правовій сферах і т.д., а потім вже чуйне бачення екологічного аспекту з боку самого підприємця.

Порівняльна характеристика екологічного менеджменту та екологічного маркетингу

Екологічний менеджмент	Екологічний маркетинг
Ощадливе виробництво	Розрахунок найбільш вигідною для споживача ціни
Ресурсозбереження	Впровадження екологічного маркування
Безвідходне виробництво	Побудова загальної екологічної політики і стратегії компанії (а також збутової, комунікаційної і товарної політик)
Пошук екологічно невичерпних джерел енергії	Створення стійкого позитивного уявлення про використання еко-продукції
Комплексне використання природних ресурсів	Підтримка ініціатив по популяризації правильного способу життя та оздоровлення нації
Безпосереднє впровадження еко-менеджменту та узгодження його зі стратегією підприємства	

Примітка. Складено автором за даними [21].

Концепція спільноти «зелених» соціально-відповідальних підприємців намагається переорганізувати нинішній стан справ шляхом підняття в суспільстві питання про необхідність розробки і подальшого впровадження нового, інноваційного підходу до економічної діяльності підприємств [21]. Подальша глобальна урбанізація вважається дослідниками тупиковою дорогою: погіршення стану ґрунту веде до збільшення кількості опадів, повеней і зниження продовольчої безпеки вже зараз.

Захеді А. в своєму великому дослідженні говорить про те, що дві основні функції у вирішенні екологічної катастрофи лягають на плечі «зеленого» підприємництва, яке, по-перше, має змінює поточну структуру економіки і стабілізувати її, а, по-друге, приймати на себе обов'язок «нормотворцем» в сфері підприємництва. Друга функція тут є основним гарантом забезпечення усвідомленого розвитку суспільства.

Загалом, А. Захеді актуалізує необхідність інтеграції економіки, екології та суспільства на базі підприємництва, яке в згоді з інтересами кожного з цих трьох

елементів має формувати стратегії своєї економічної діяльності, яка здійснюючи таким чином сприятиме все більш сталого розвитку суспільства.

Таким чином, на сьогоднішній день інклюзивна «зелена» економіка є потенційним двигуном сталого розвитку та стимулом сталого економічного зростання. В такій інтерпретації вона може забезпечити комплексний підхід до сталого розвитку шляхом відповідної розробки спеціально для різних країн, місцевостей або регіонів в залежності від їх потреб і ситуації та доповнення соціальним захистом з метою забезпечення інклюзивності та стабільності. Варто відзначити, що концепція «зеленої» економіки у процесі становлення та розвитку пройшла через супротив ряду факторів, серед яких порівняння із концепцією сталого розвитку та фокус на останній в якості основної парадигми розвитку; пріоретизація короткострокових проблем розвитку, пов'язаних із подоланням наслідків фінансових криз, економічним спадом; сприйняття в якості міжнародного припису, який може не відповідати інтересам країн і т.д.

«Зелене» підприємництво як частина «зеленої» економіки може стати катализатором, який призведе до бажаних змін в суспільстві, і яке, крім того, змінить поведінку існуючих на ринку фірм. Тому ясно, що дослідники і викладачі повинні приділяти більше уваги темі екологічного підприємництва, яка виникла вже два десятиліття тому, та виходити за рамки опису малих конкретних випадків.

1.2. Взаємодія компонентів та складових Цілей сталого розвитку на глобальному рівні

Зростання населення та необдумані дії людини негативно позначилися на екологічній системі Землі. Як громадяни світу люди мають визнати, що їхні дії мають наслідки для всієї планети та майбутніх поколінь. Економічний розвиток не можна розглядати ізольовано від соціального та екологічного розвитку. Він можливий лише за наявності співробітництва між країнами світу. «Стійкий розвиток» пов'язаний з темпами споживання та використання природних ресурсів.

Основна увага приділяється тому, щоб не споживати ресурси зі швидкістю, що ускладнює їхню заміну та відновлення.

У 1987 р. Організація Об'єднаних Націй випустила звіт Брундтланда Всесвітньої комісії з навколишнього середовища та розвитку [55], в якому сталий розвиток визначається як «розвиток, який відповідає потребам сьогодення без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби». Це визначення іноді називають принципом рівності між поколіннями. Стійкий розвиток відноситься до розвитку, який знаходиться в гармонії з екологічними міркуваннями.

Відповідно до того ж звіту, наведене вище визначення містить у собі два ключові поняття: поняття «потреби», зокрема основні потреби бідних верств населення світу; та ідея обмежень, що накладаються державою на технології та соціальну організацію, на здатність довкілля задовольняти існуючі та майбутні потреби.

Задовольняючи свої потреби, людство має справу з деградацією природних ресурсів Землі та загрожує наявності біорізноманіття. Необхідний стратегічний підхід, який підтримує баланс між соціальними, економічними та екологічними проблемами. Стійкість визнає те що, що економіка існує у суспільстві, яке існує у навколишньому середовищі екосистеми Землі. Ця думка підкреслює те, що люди є частиною природи.

Виділяють такі причини збереження нестійкості у суспільстві:

- збільшення населення Землі;
- надмірна експлуатація ресурсів для задоволення людських потреб, таких як паливо, харчування та житло;
- такі види діяльності, як рибальство, сільське господарство, надмірне використання прісної води, вирубування лісів та індустріалізація;
- розчищення земель, що призводить до таких проблем, як деградація ґрунту, забруднення, втрата біорізноманіття, дефорестизація, опустелювання, зміна клімату;
- соціальна деградація через такі фактори, як зростання безробіття, криза охорони здоров'я, збройні конфлікти, урбанізація, бідність, нерівність доходів [55].

Для «стійкого розвитку» уряд має забезпечити наявність інституційних механізмів задля досягнення сталого розвитку в усіх трьох сферах. Стійкий розвиток може бути досягнутий шляхом постійних, організованих та скоординованих зусиль на всіх рівнях, спрямованих на забезпечення соціально-економічного розвитку та екологічної стійкості. До них відносяться різні міністерства та відомства як на локальному, так і на державному рівні (рис 1.3.):

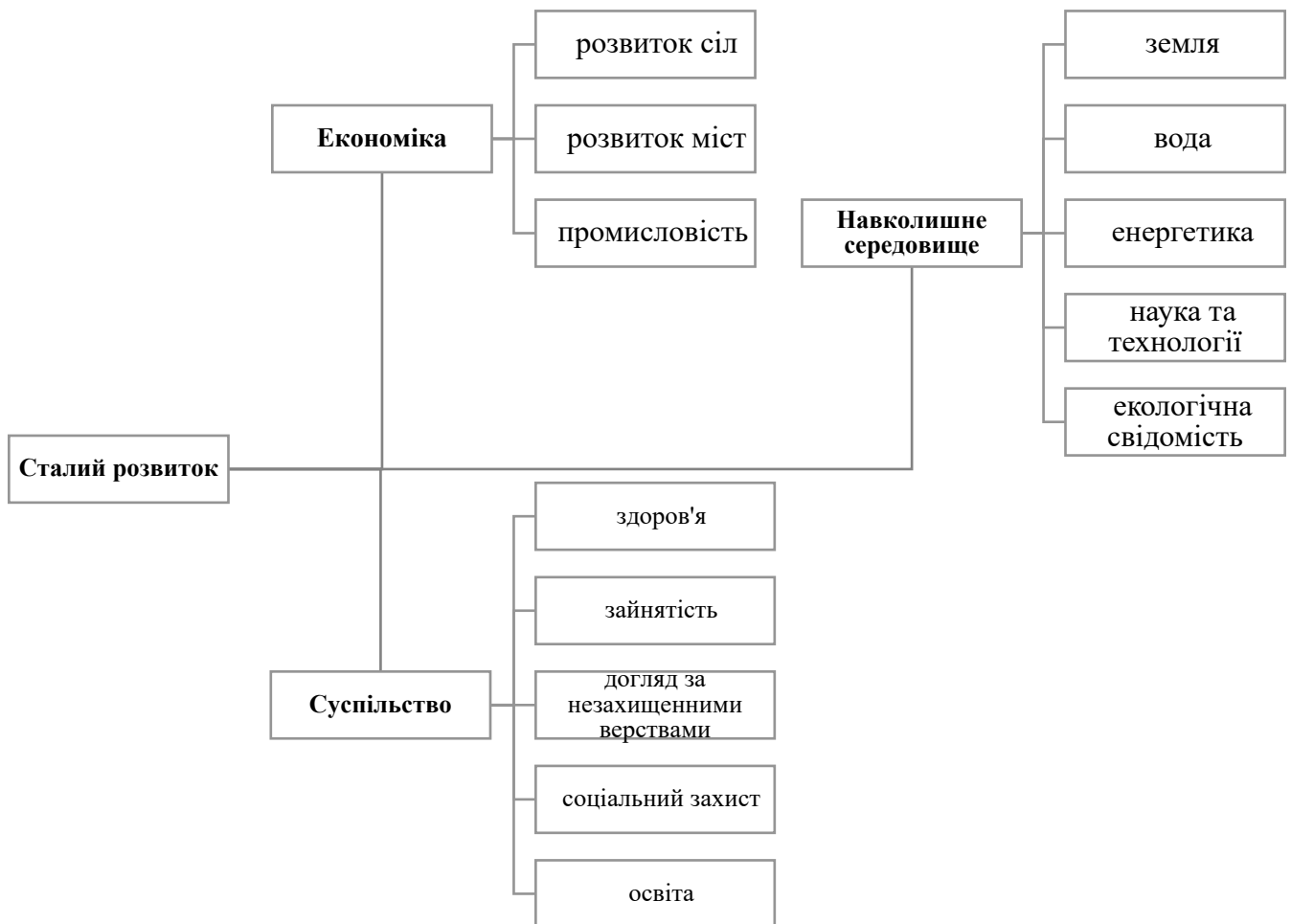


Рис. 1.3. Компоненти системи сталого розвитку

Примітка. Побудовано автором за даними [78].

Розглянемо кожен елемент системи «сталого розвитку» окремо.

1. Економічна стійкість. Економічна стійкість передбачає створення економічної цінності з будь-якого проекту або рішення. Вона означає, що рішення приймаються найбільш справедливим та фінансово обґрунтованим способом, беручи до уваги інший аспект стійкості. У сфері економічної стійкості всі рішення

мають прийматися з урахуванням довгострокових інтересів, а не лише з огляду на короткострокові цілі. Уряд може підвищити економічну стійкість, заборонивши серйозне землекористування та плануючи, надаючи субсидії чи податкові пільги для зеленого розвитку, скорочуючи непотрібні витрати та бюрократизм. Сильна фінансова підтримка університетів, розвиток освіти – важлива частина економічної стійкості. Коли передові методи ведення бізнесу поєднуються із соціальними та екологічними аспектами стійкості, можна отримати позитивний результат на благо людства. Також програми, дослідження та розвиток міст та сільських районів з промисловим потенціалом є індикаторами економічного розвитку.

2. Соціальна стійкість. Соціальна стійкість – це концепція, за якою проект прийняття рішень сприяє поліпшенню суспільства. Ідея соціальної стійкості полягає в тому, що майбутні покоління повинні мати таку ж чи вищу якість життя, що й нинішнє покоління. Соціальна стійкість включає права людини, екологічне право, а також участь громадськості у публічних справах. Відповідно до Закону про воду (запобігання та контроль) 1974 р. було засновано центральну та державну ради для перевірки забруднення води та забезпечення дотримання процедур щодо встановлення мінімальних стандартів якості води як для поверхневих, так і для питних вод. Він запобігає незаконному скиданню забруднюючих речовин у прилеглі річки, озера та струмки. Таким чином забезпечується захист здоров'я суб'єктів суспільства та тварин, що залежать від води. Якщо не наголошувати на соціальну стійкість, це може призвести до повільного колапсу сфер стійкості (і суспільства в тому числі).

3. Екологічна стійкість. Стійке довкілля – це екосистема, яка підтримуватиме свої популяції, біорізноманіття та загальну функціональність протягом тривалого часу. Екологічна стійкість сприяє рівновазі в природних системах та прагне стимулювати їх позитивне зростання. Для підтримки екологічної стійкості слід по можливості уникати непотрібних порушень довкілля. Якщо немає альтернативи, крім порушення екосистеми, його слід пом'якшити максимально можливою мірою. Це також передбачає правильне керування нашими природними ресурсами. При

прийнятті кожного рішення про розвиток слід завжди приділяти увагу впливу результатів можливого впливу на довкілля [78].

За важливістю серед концептуальних документів ООН останнього часу виділяються Цілі сталого розвитку ООН (ЦСР) на період 2016-2030 рр., які сформульовані в «Порядку денному в галузі сталого розвитку на період до 2030 року» (далі - «Порядок 2030») [69]. Вони не тільки відображають ідеологію сталого розвитку і збалансовано поєднують соціальні, економічні та екологічні пріоритети, а й виділяються в плані інструментальності та складаються з 17 Цілей і 169 завдань для їх реалізації. Цілі та завдання в галузі сталого розвитку носять комплексний характер, є глобальними та універсально застосовними. При цьому вони дозволяють забезпечити облік відмінностей в національних реаліях, можливостях і рівнях розвитку при повазі національних стратегій і пріоритетів. Завдання сформульовані у формі рекомендацій глобального характеру, при цьому кожна держава встановлює свої власні національні завдання, керуючись глобальними побажаннями, але беручи до уваги національні умови. Кожен уряд і суспільство кожної країни вирішують, як забезпечити облік цих глобальних завдань в формі рекомендацій у процесах національного планування, заходів і стратегії. В процесі розробки ЦСР важливо не тільки визнавати наявність зв'язку між стійким розвитком і відповідними процесами, що протікають в економічній, соціальній та екологічній галузях (див. Додаток Б), але і формувати комплексний порядок денний, який отримував би довгострокову їх реалізацію.

Більшість Цілей взаємопов'язані так, що сукупне рішення задач сприяє досягненню ряду цілей. Наприклад, ЦСР 1 (зниження бідності) не може бути вирішена без вирішення завдань з продовольчої безпеки (ЦСР 2), макроекономічної політики для досягнення повної і продуктивної зайнятості та гідної роботи для всіх (ЦСР 8), зниження нерівності (ЦСР 10) та боротьби зі зміною клімату і його наслідками (ЦСР 13). Досягнення цих цілей також сприяє забезпеченню здорового способу життя і благополуччя для всіх людей в будь-якому віці – ЦСР 3.

У той же час є негативні взаємозв'язки: розширення сільськогосподарських площ для ліквідації голоду (ЦСР 2) може привести до втрати екосистем (ЦСР 15), забруднення водних ресурсів (ЦСР 6), що в свою чергу загрожує продовольчій безпеці.

Таким чином, можна зробити висновок, що Цілі сталого розвитку існують комплексно і не можуть бути виконані окремо. Вони включають економічний, соціальний та екологічний аспекти, які тісно зв'язані між собою та взаємо впливають на досягнення цілей в кожному з них. Національні уряди несуть відповідальність та є поштовхом для виконання та досягнення цих цілей та можуть заохочувати суспільство та бізнес діяти стало та екологічно по відношенню до планети, навколишніх поколінь та економіки.

1.3. Інструменти та методи досягнення Цілей сталого розвитку на мікро- та макрорівнях

Досвід реалізації Цілей розвитку тисячоліття (ЦРТ) показав можливості країн розробляти спектр національних цілей і завдань в рамках загальної глобальної програми. Основним питанням є дотримання балансу між універсальною природою «Повістки 2030», амбітними глобальними цілями і національним контекстом. Більш конкретним завданням є адаптація глобальних індикаторів на національному рівні.

Ключовою умовою успішної реалізації ЦСР визнається вбудовування їх в національну політику, стратегії та плани. Концепція вбудовування глобальної політики в національну стратегію не нова, випробувана на ЦРТ та їх включення в національний контекст. В «Порядку 2030» відзначено, що кожна країна виходить з національних реалій і обставин. У Керівництві ООН по врахуванню «Повістки 2030» в національний контекст пропонується три варіанти дій:

1. Ревізія діючих стратегій і планів на національному, регіональному та локальному рівнях і зіставлення їх із глобальними ЦСР і завданнями для виявлення невідповідностей та можливостей зміни;

2. Визначення своїх власних національних цілей, керуючись глобальними цілями, але з урахуванням національних умов і визначення досяжних завдань;

3. Розробка стратегії і планів, виходячи з ЦСР. Адаптація міжнародної нормативної бази та створення інструментів для підтримки діяльності на національному рівні.

У Керівництві виділені 4 етапи адаптації ЦСР в національний контекст:

– огляд існуючих стратегій і планів на національному, регіональному та локальному рівнях і визначення областей для зміни;

– рекомендації уряду країни щодо усунення прогалин в діючих стратегіях і планах для вбудовування ЦСР;

– вироблення національних завдань для ЦСР, які відповідають національним пріоритетам, реальних та досяжних;

– формулювання стратегії і планів, що включають національні ЦСР, і узгодження зобов'язань з ресурсами і можливостями країни.

Сучасна система державного регулювання соціально-економічних процесів розвитку відображена у концепції економічної політики Я. Тімбергена, працях В. Ойкена, А. Хіршмана, Й. Хершліфера, Х. Зібберта, Г. Мюрдала, В. Сміта, Дж. Стігліца, Дж. Акерлофа, Д. Канемана, Г. Саймона, Д. Норта, Т. Шульца, Дж. Неша, Дж. Харшані, А. Сени, Р. Фріша, К. Ерроу, Е. Остром та інших [61].

Ця теоретична основа дозволяє модифікувати механізми державного управління відповідно до нових викликів та тенденцій, але на практиці впровадження відповідних реформ стикається з низкою проблем системного та структурного характеру та в умовах, коли необхідність змін стає неминучою, є прогалини та суперечності, які можна подолати в умовах комплексної переоцінки системи державного регулювання та проведення необхідних змін.

Державне регулювання у сфері сталого розвитку представляє собою систему дій, спрямованих на розробку та впровадження відповідної державної політики щодо реалізації мети сталості, що полягає у формуванні, імплементації та оцінці ефективності комплексу екологічних засад господарювання для прискорення економічного розвитку та трансформаційних зрушень, та яка затверджується

органами державної влади на засадах обговорення з усіма контактними групами-суб'єктами управління. Під державною політикою слід розуміти сукупність ціннісних цілей, державно-управлінських заходів, рішень і дій, порядок реалізації державно-політичних рішень (поставлених державною владою цілей) і системи державного управління розвитком країни.

З урахуванням усього зазначеного державну політику розвитку сталого розвитку можна визначити як багаторівневу цілеспрямовану управлінську діяльність органів державної влади щодо розробки, впровадження та оцінки ефективності комплексу екологічних засад господарювання з метою прискорення економічного розвитку та трансформаційних зрушень в рамках стратегії стійкого розвитку країни.

Практичний і гнучкий політичний інструментарій відіграє важливу роль у виявленні та усуненні вузьких місць і перешкод для реалізації нових моделей розвитку, для чого розробляються відповідні політичні рамки та механізми управління. Загалом, термін «інструмент політики державного управління» можна охарактеризувати у вигляді сукупності засобів, прийомів, методів політичного, правового, економічного, фінансового та іншого спрямування, які втілені у формі ініціатив, програм, документів, установ та організацій, а також певних дій, що використовуються у певній галузі чи політиці з метою досягнення конкретної мети та цілей.

Політичні інструменти можна також визначити як засновані на економічних стимулах потужні та ефективні методи для досягнення визначених цілей, які носять регулятивний або стимулюючий характер. Під інструментами державної політики розвитку «сталого» економіки розуміються засоби, які доступні уряду для прискорення переходу на «сталі» засади господарювання та допомагають створити умови для такого переходу.

Багато підходів до сталого розвитку й добробуту розвивалися протягом останньої чверті століття, відображаючи різні національні контексти і пріоритети, галузеві проблеми і перехідні стратегії. Хоча на сьогоднішній день кожна країна в особі уряду розробляє та впроваджує свій власний підхід до розбудови концепції «зеленої» економіки з оглядом на різні особливості ведення господарства, традицій

управління та іншої територіальної специфіки, необхідно відзначити, що всі ці обставини дозволяють використовувати широкий набір методів та механізмів управління, які в свою чергу варіюються та адаптуються відповідно до державної політики країни.

Економіка нового типу формує інструменти сучасного управлінського інструментарію, що враховує соціальні, культурні, психологічні, біологічні, фізіологічні особливості людини як суб'єкта соціально-економічних і природно-господарських відносин.

Як зазначають Буркинський Б. В., Галушкіна Т. П., Реутов В. Є., для переходу до «сталого» економіки пропонується широкий спектр інструментів:

- запровадження політики «зеленого» ціноутворення, яка передбачає відмову від неефективних субсидій, введення додаткових податків на забруднювачів;
- проведення політики державних закупівель, яка заохочує виробництво екологічної продукції та використання відповідних принципів сталого розвитку методів виробництва;
- реформування системи «екологічного» оподаткування, яка передбачає зміщення акценту з податку на робочу силу на податки за забруднення;
- зростання державних інвестицій в екологічну інфраструктуру (громадський транспорт, відновлювальні джерела енергії, енергоефективне будівництво) та природний капітал;
- цільова державна підтримка досліджень і розробок, пов'язаних зі створенням та впровадженням екологічно чистих технологій;
- соціальні реформи, покликані забезпечити узгодженість між соціальною та економічною сферами суспільства.

Окрім вказаних інструментів, Б. Далал-Клейтонн [47, с. 20], наводить перелік, запропонований Організацією економічної кооперації та розвитку (ОЕСД) для країн, що розвиваються: платежі за екосистемні послуги; стійкі державні закупівлі; переорієнтація «коричневих» субсидій у бік «зеленого» зростання; «зелене» оподаткування та реформування екологічного оподаткування; стимулювання схем

«зеленого» енергоінвестування; сертифікація стійкого виробництва та торгівлі; «зелені» інновації та ін.

Отже, оскільки на сьогоднішній день існує велика кількість політичних інструментів та методів розвитку «сталого» економіки та забезпечення «зеленого» зростання, доцільності набуває їх об'єднання за ознаками у відповідні групи.

Як зазначає Л. В. Вахітова, у сфері управління природними ресурсами сукупність методів та інструментів, які у своєму поєднанні утворюють відповідний механізм управління, традиційно об'єднувались в такі групи: адміністративні, фінансово-економічні та ринкові. Однак останнім часом ООН визначила ще одну групу інструментів – інформаційну (табл. 1.3):

Таблиця 1.3

Групи механізмів в сфері ефективного використання ресурсів Землі

№	Механізми	Характеристики
1	Адміністративні	Система природоохоронного законодавства; система нормативів, стандартів, технологій, регламентів для виробництва; застосування систем дозволів; ліцензій тощо.
2	Фінансово-економічні	Платежі, штрафні санкції, відшкодування збитків, дотації субсидіювання проектів природоохоронного призначення, пільгове кредитування і податкове навантаження.
3	Ринкові	Торгівля квотами на викиди, перегляд оподаткування енергоносіїв, заохочення до більш широкого застосування державних поставок
4	Інформаційні	Регулювання інформаційних потоків, інформаційно-аналітичне забезпечення органів влади, підприємств реального сектору, громадськості.

Примітка. Складено автором за даними [98, с. 21].

Серед цих інструментів управління найбільше розповсюдження отримали адміністративні – система природоохоронного законодавства; система нормативів, стандартів, технологій, регламентів для виробництва; система нормативів впливу на навколишнє середовище; застосування систем дозволів; ліцензій, державного замовлення тощо. Фінансово-економічні інструменти включають всі види стимулювання (платежі, штрафні санкції, відшкодування збитків, дотації субсидіювання проектів природоохоронного призначення, пільгове кредитування і податкове навантаження). Ринкові інструменти складаються з торгівлі квотами на

викиди, перегляду оподаткування енергоносіїв, заохочення до більш широкого застосування державних поставок та послуг із врахуванням факторів навколишнього середовища. Інформаційні включають регулювання інформаційних потоків, інформаційно-аналітичне забезпечення органів влади, підприємств реального сектору, громадськості.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначає політику «зеленого» зростання в таких рамках: розвиток політики, ринкові інструменти, природоохоронні положення та регулювання, зміна поведінки споживачів, інновації, інвестиції в інфраструктуру, питання інституційного та державного управління та питання вимірювання прогресу.

Проте, найголовнішим недоліком подібного підходу є неврахування того факту, що всі адміністративні заходи зі сторони державного управління тягнуть за собою також використання й ринкових інструментів та методів. Саме тому державне регулювання не може існувати окремо від інших ринкових інструментів та контролювати всі процеси самотужки.

До того ж, регулювання також може забезпечити умови та стимули, що встановлюють необхідні ринкові засади та підвищують впевненість бізнесу у прийнятті інвестиційних рішень, розгортає «зелені» технології, прискорює «сталі» інновації та сприяє розвитку чистих технологій та їх поширенню.

Більш того, на практиці частіш за все застосовуються комбінації різних інструментів (наприклад, інтегрований підхід до політики оточуючого середовища, запроваджений Європейською Комісією «План політичних дій щодо стійкого споживання і виробництва та стійкої виробничої політики», який координує застосування й імплементацію існуючих інструментів та регулювання – податків, субсидій, закупівель і т.д. щодо товарів та послуг), тому з урахуванням усього вищезазначеного, а також досвіду країн світу, що розвиваються, типологія інструментів державної політики розвитку «зеленої» економіки може бути представлена у наступному вигляді (Див. Рис. 1.4).

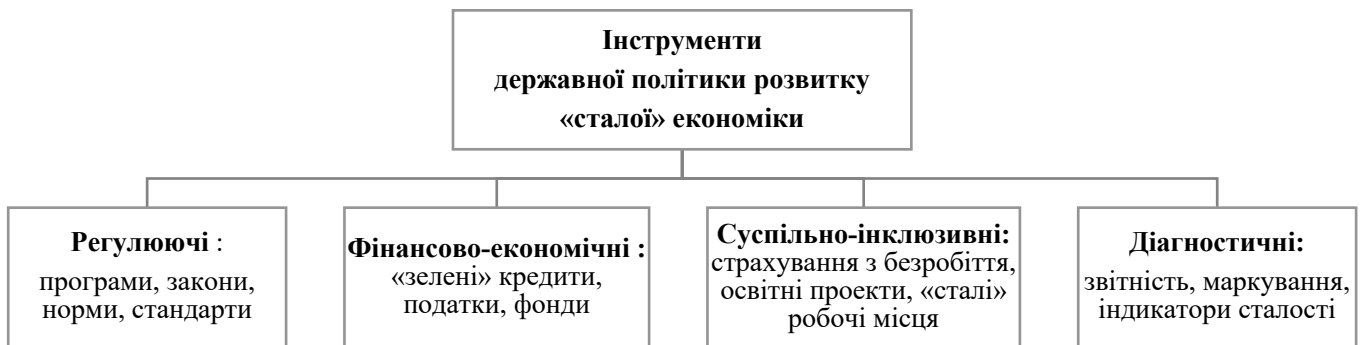


Рис. 1.4. Типологія інструментів державної політики розвитку «сталого» економіки
Примітка. Побудовано автором за даними [27, с. 18].

Зупинимось більш детально на регулюючій групі інструментів державної політики як такій, що інтегрує усі інші групи та види інструментів державної політики розвитку «сталого» економіки. Регулюючі інструменти представляють собою екологічні правила, стандарти, стратегії, плани, законодавчі акти, нормативи, регламенти, дозвільні норми, інституційні утворення і т.д.

На початку 1970-х р.р. у світі з'явилися перші вдалі приклади вираження екологічних нормативів у законодавчому вигляді. Вони були спрямовані на покращення якості води та повітря та захист екологічних видів, які починають зникати. Наприклад, у Мексиці у 1975 р. створили Закон суспільного електропостачання, який регулював питання щодо постачання кількості електроенергії на кожну оселю з метою встановити розумний підхід до використання ресурсів. Проте, наразі ж у світі існує дуже багато законодавчих ініціатив, які направлені на розвиток та досягнення «зеленої» економіки.

Так, у 2002 р. у Німеччині було прийнято Національну стратегію зі сталого розвитку, яка проголосила стійкий розвиток головним принципом державної політики. Також було створено спеціальні цілі та показники, за допомогою яких можливо було б аналізувати виконання даної Стратегії [91].

Окремо можна виділити запровадження планів щодо стійкого розвитку з акцентом на зменшення викидів вуглецю в навколишнє середовище або ж взагалі встановлення нульових цілей щодо викидів. Такі країни, як Великобританія та Індонезія почали вибудовувати свої національні стратегії розвитку, ставлячи за

пріоритет «зелене» та стале зростання, а країни ЄС, Японія та Китай почали включати дані цілі в свої стратегії. На основі національних стратегій сталого розвитку та стратегій низьковуглецевого розвитку на міжнародній арені серед як розвинених, так і країн, що розвиваються, з'являється все більше практичних прикладів щодо розробки та реалізації стратегій розвитку «інклюзивної» економіки, як от в таких країнах як: Ефіопія, Гренада, Південна Африка, Камбоджа.

Загалом «Стратегію розвитку «сталого» економіки» можна визначити як еволюційне продовження стратегії стійкого розвитку. Вона дозволяє запроваджувати певні методи та інструменти для того, щоб усунути невизначеність та прогалини в національних стратегіях щодо стійкого розвитку, а також може допомогти і їх реалізації. Саме тому можна вважати, що стратегії «сталого» зростання та стратегії «сталого» економіки мають однакові функції, тому у подальшому дослідженні будуть об'єднані у єдиному понятті.

Першою ж країною, яка проголосила про намір реалізувати концепцію «сталого» зростання у вигляді національної стратегії була Південна Корея. В країні створили такі плани: Національна стратегія зеленого зростання (2009–2050 р.р.) та П'ятирічний план (2009-2013 р.р.), які забезпечували б всеохоплюючу політику стійкого зростання не лише в короткостроковій, але й в довгостроковій перспективі. Наприклад, Національна стратегія тримає фокус на трьох компонентах, а саме: енергетика, промисловість та інвестиції. Вона має наміри зберегти масштаби внутрішньої економічної діяльності, але з мінімально можливим рівнем використання енергії та інших природних ресурсів; зменшити до мінімуму тиск на природні еко-системи зі сторони усіх видів економічної діяльності; виробити політику щодо сприяння та направлення інвестицій у сферу охорони навколишнього середовища, оскільки вона є рушійною силою економічного зростання [86].

У Китаї «зелене» зростання задекларовано у Дванадцятomu п'ятирічному плані (2011-2015 р.р.), який передбачає сім основних цільових показників на 2015 р., в тому числі скорочення викидів забруднюючих речовин; покращення якості джерел питної води; контроль забруднення, викликаного небезпечними хімічними

речовинами й небезпечними відходами; проведення заходів щодо міської екологічної інфраструктури; запобігання екологічного погіршення; підвищення ядерної безпеки; посилення інституційного регулювання навколишнього середовища. План також вимагає, щоб місцеві органи влади інтегрували цілі охорони навколишнього середовища у місцеві плани економічного й соціального розвитку та представляли доповіді щодо їх здійснення.

Стандарти на продукцію можуть посилювати вплив податків на товари, які покликані переорієнтувати попит на менш екологічно шкідливі альтернативи. Наприклад, стандарти на продукцію, які зобов'язують виробників пропонувати в рамках своєї товарної номенклатури менш екологічно шкідливі товари, забезпечують споживачам більший вибір, а потім за допомогою податкових стимулів дозволяють переорієнтувати споживачів на менш екологічно шкідливі товари. Наприклад, в деяких країнах застосовуються норми середньої паливо-економічності автотранспортних засобів для стимулювання більш легких, паливо-економічних автомобілів [86, с. 2].

В США «зелені» стандарти передбачають певні керівні принципи для місцевого бізнесу, зокрема такі, як Програма Green Plus, яка проваджує навчання та сертифікацію малого та середнього бізнесу та пропонує інструменти бенчмаркетингу та стратегії «озеленення» бізнесу й операцій закупівель; Програма Green Seal пропонує сертифікацію для місцевих підприємств, що прагнуть «озеленити» свої товари та послуги; Residential Energy Services Network (RESNET) Certified Auditors проводять Home Energy Rating (HERs) та пропонують стратегії для досягнення стандартів енергопродуктивності Energy Star Performance Standards [87, с. 8].

Системи управління (довкілля, енергетика і т.д.) продемонстрували себе як найбільш успішний інструмент на шляху сталого розвитку. Вони є найбільш різноманітними та ефективними добровільними інструментами, до того ж їх використання не зменшилось під час економічної кризи. Це, ймовірно, пов'язано як із тим, що це кращий оперативний і стратегічний інструмент, здатний постійно покращувати екологічність продукції організації відповідно до екологічних

системам сертифікації (регулюється ISO 14001, EMAS, ISO 50001 і т.д.). Науковий інтерес до інструментів сертифікації підвищується за рахунок бізнес-можливостей і можливої інтеграції з Системами Управління Енергоспоживанням (Energy Management Systems), в умовах підвищення уваги у світі до енергетичних проблем.

Сертифікація визначає товари і послуги, які мають потенціал для зниження негативних екологічних та соціальних наслідків. Розмежування екологічно чистих продуктів може збільшити ринкову вартість і частку прибутку для фермерів і виробників. Це також сприяє економічному зростанню при одночасному поліпшенні природоохоронної практики, а також допомагає забезпечити довгострокову стійкість ресурсів.

Щодо бізнесу, то зростання уваги до екологічних проблем сприяло розробленню маркетингових інструментів, спрямованих на виробництво, реалізацію та споживання продуктів (послуг), що не шкодять здоров'ю людини та навколишньому середовищу. Щоб укріпити в свідомості споживача екологічну корисність продукту чи послуги як його невід'ємну значущу характеристику, компанії можуть створювати власні торговельні марки або використовувати екологічні знаки (сертифікати), що присуджують різні нейтральні інститути та численні асоціації з охорони довкілля.

Глобальні заходи щодо розвитку маркетингу в сфері «зеленої» економіки розробила Міжнародна організація зі стандартизації у Женеві, їх втілено в ініціативі ISO 14000, яка охоплює [85]:

1. ISO 14001: Системи екологічного менеджменту – специфікації і керівництво по використанню;
2. ISO 14004: Системи екологічного менеджменту – загальне керівництво щодо принципів та методик застосування;
3. ISO 14010-14015: Екологічний аудит;
4. ISO 14024: Екологічне маркування;
5. ISO 14031: Екологічне керування. Настанови щодо оцінювання екологічної характеристики;
6. ISO 14040-14044: Аналіз життєвого циклу продукції;

7. ISO 14050: Глосарій;

8. ISO 14060: Керівництво по обліку екологічних аспектів в стандартах на продукцію.

Екологічне маркування – ще один із маркетингових інструментів, який характеризує вплив продукції або послуги на навколишнє середовище на всіх стадіях життєвого циклу. Маркування може мати форму знаку, графічного зображення на виробі або тарі, бути подане у вигляді текстового документа, технічного бюлетеня, рекламного оголошення.

Метою екологічного маркування є виділення серед групи однорідної продукції тієї продукції, яка на всіх стадіях життєвого циклу має менший вплив на навколишнє середовище, з присвоєнням їй відповідного знаку [58, с. 112]. До маркетингових інструментів також можна зарахувати реклами різних видів, банери, оголошення, які насамперед спрямовані на підвищення рівня екологічної свідомості суспільства.

Вміле, а головне, вчасне поєднання різних видів інструментів регулювання «сталого» економіки – важливі чинники розвитку цього перспективного напрямку господарства в майбутньому. Наприклад, використання «зеленого» оподаткування або інших ринкових інструментів для політики в області клімату (наприклад, торгівля квотами на викиди парникових газів, податки на вуглець) можуть забезпечити нові джерела доходу, які можуть допомогти як у фіскальній консолідації, так у розширенні масштабів підтримки державного сектору для фінансування «сталого» інфраструктури. Таким чином, політичні інструменти також повинні бути оформлені та координовані в сукупності для підвищення їх ефективності, з урахуванням вирішення конкретних інвестиційних та інфраструктурних ринкових бар'єрів у різних сегментах ринку.

Отже, «стала» економіка, як і будь-який інший економічний стан на державному рівні потребує належного нагляду та регулювання. Для цього існує безліч інструментів, які зачіпають усі сфери життєдіяльності, зокрема фінансово-економічну та суспільну. Кожна країна та бізнес в залежності від своїх національних

цілей та стратегій розвитку обирає найбільш доречні для себе та поступово імплементує їх у всі сфери життя.

Потреба у перегляді існуючої економічної політики завжди призводить до визнання та адаптації економіки з урахуванням Цілей сталого розвитку до місцевих умов для переходу на новий економічний шлях. Зокрема, на сьогоднішній день 65 країн світу прийняли національні плани розвитку «сталого» економіки, що підтверджує визнання та поширення концепції.

Висновки до розділу 1

Дослідивши категорію «зелене» підприємництво та складові Цілей сталого розвитку можна зробити наступні висновки.

По-перше, до сталого розвитку можна віднести 3 найголовніші складові - соціальну, екологічну та економічну сфери. Вони взаємопов'язані та слугують основою для 17-ти Цілей сталого розвитку. Також існують відмінності між поняттями «зелене» підприємництво та сталий розвиток, адже перша спрямована більш на економічні та ринкові аспекти, такі як ресурсо-ефективність, формування відповідного бізнес середовища, створення «зелених» робочих місць та ін.

По-друге, сталий розвиток є системою, розвиток якої має підтримуватися не лише бізнесами, але й державами та міжнародними організаціями. Прикладом є ООН з її програмами та конференціями. У контексті економічної стійкості рішення мають прийматися з огляду на інші аспекти стійкості та з урахуванням довгострокових інтересів як компанії, так і суспільства. Соціальна стійкість передбачає створення цінностей для якісного життя майбутніх поколінь, а також дотримання прав людини та рівності для усіх. Екологічна стійкість спрямована на збереження екосистеми Землі та підтримання біорізноманіття, ефективне розпорядження природними ресурсами.

По-третє, для введення Цілей сталого розвитку на макрорівні держави мають застосовувати певні інструменти, які сприятимуть сталому розвитку, які включають адміністративні, фінансово-економічні, ринкові та інформаційні інструменти. На

мікрорівні та рівні бізнесу можна обрати декілька Цілей та інтегрувати їх у свої корпоративні стратегії задля досягнення стійкості у майбутньому. Треба зазначити, що на мікро- та макрорівнях повинна панувати синергія та співпраця, адже по окремої вони не зможуть досягти таких результатів, як прикладаючи спільні зусилля.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИМИ АГЕНТАМИ У ПРОЦЕСАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

2.1. Імплементация сталих принципів до бізнес-моделей ТНК

Цілі сталого розвитку охоплюють широкі проблеми, такі як економічна інтеграція, скорочення природних ресурсів, геополітична нестабільність, погіршення стану довкілля та багатогранні наслідки зміни клімату. Вони визначають порядок денний для інклюзивного економічного зростання до 2030 р. та були розроблені за участю бізнесу, наукових кіл та некомерційних організацій у всьому світі.

Багато компаній також працюють над вирішенням екологічних, соціальних та економічних проблем. Провідні компанії почали усвідомлювати, що вони можуть вирішити складні проблеми сталого розвитку лише нарощуючи свої зусилля шляхом співпраці з колегами, галузевими та міжгалузевими організаціями, клієнтами, урядами, некомерційними організаціями та суспільством. ЦСР забезпечують універсальну та далекоглядну основу для глобального співробітництва та дій, об'єднуючи усі зацікавлені сторони для проактивного розгляду та вирішення цих проблем.

Якщо Цілі буде досягнуто, бізнес, швидше за все, відіграватиме важливу роль і також може багато виграти від цього. Компанії стикаються з проблемами, що обмежують їхній потенціал зростання, такими як брак природних ресурсів, слабкі фінансові ринки, обмежена купівельна спроможність на місцевому рівні та відсутність кваліфікованих фахівців. Ми бачимо чітке економічне обґрунтування для компаній використовувати ЦСР для створення можливостей для вирішення цих проблем у чотирьох ключових аспектах: зростання, ризик, капітал і мета.

1. Стимулювання зростання. Зростання бізнесу загалом пов'язано з досягненням ЦСР на макрорівні; однак, щоб діяти на місцевому рівні, компанії

повинні визначити, яким чином вони можуть сприяти досягненню цілей таким чином, щоб це сприяло фінансовим показникам на ринках, на яких вони працюють.

У той час як Цілі № 8, 9 і 12 безпосередньо відносяться до економічного зростання, зайнятості, сталої індустріалізації, інновацій та сталого виробництва, багато інших Цілей також пропонують бізнес-переваги за рахунок виходу на нові ринки, залучення талантів та зниження ризиків, пов'язаних з виробничою діяльністю.

Наприклад, коли компанії з виробництва напоїв інвестують у покращення водозбірних басейнів, працюючи над поповненням води водоносного горизонту, що використовується, тим самим беручи на себе зобов'язання щодо забезпечення доступу до чистої води для людей у цих регіонах з дефіцитом води, їх стратегія узгоджується з ЦСР № 6 – чиста вода та санітарія. Надаючи воду для підтримки своїх франшиз з розливу в пляшки поблизу цих вододілів, вони також інвестують у свою соціальну ліцензію на роботу і таким чином зміцнюють свої бренди у цих спільнотах.

Треба зазначити, що соціальна ліцензія на діяльність (SLO) або просто соціальна ліцензія означає постійне прийняття компанією або галузевими стандартними методами ведення бізнесу та операційних процедур її співробітниками, зацікавленими сторонами та широкою громадськістю. Концепція соціальної ліцензії тісно пов'язана з концепцією стійкості та потрібного прибутку. SLO створюється та підтримується повільно з часом у міру того, як компанія вибудовує довірчі відносини зі спільнотою, в якій вона працює, та іншими зацікавленими сторонами. Компанія повинна працювати відповідально, дбати про своїх співробітників та навколишнє середовище та бути сумлінним громадянином. Коли все ж таки виникають проблеми, компанія повинна діяти швидко, щоб вирішити їх, інакше SLO опиниться в небезпеці.

Стандарти, яким мають відповідати компанії, згодом підвищуються. Речі, які не були б незвичайними 100 років тому, такі як дитяча праця та небезпечні умови праці, заборонені у багатьох країнах. Речі, в яких 25 років тому не було нічого незвичайного, такі як керівники та члени ради директорів, які складаються

виключно з чоловіків, дискримінаційна практика найму та аутсорсинг у регіони без порівняльних трудових правил, зараз перебувають під пильною увагою та, можливо, зникнуть.

Згодом ці зміни здаються здоровим глуздом – звісно, тютюнова реклама не має бути націлена на дітей, а нафтопереробні заводи не повинні скидати відходи в протоки. Проте, ці, наразі табуйовані, дії колись вважалися розумною бізнес практикою.

Щоб захистити та зміцнити соціальну ліцензію, компаніям рекомендується спочатку робити правильно, а потім показувати, що вони роблять правильно. Це означає критичну оцінку та переоцінку ланцюжків постачання, управління відходами, управління людськими ресурсами та всіх інших аспектів бізнесу.

Керівники повинні ставити собі ті самі питання, які, на їхню думку, поставить обурена преса. Чи маємо ми купувати у найдешевшого постачальника? Що ми знаємо про їхню роботу? Чи ми справедливо ставимося до власного персоналу?

Соціальну ліцензію складно визначити та неможливо виміряти. Компанії та галузі часто стикаються з цією концепцією лише тоді, коли вже надто пізно. Щоб захистити та зміцнити соціальну ліцензію, компаніям рекомендується спочатку робити правильно, а потім показувати, що вони роблять правильно [94].

Всі компанії виграють від більш стійких угруповань, надійного доступу до природних ресурсів, а також освіченого та здорового населення для підтримки своїх співробітників. Допомагаючи просуватися до цих результатів та створюючи спільні цінності, компанії можуть допомогти забезпечити свою здатність генерувати капітал та акціонерну вартість у довгостроковій перспективі.

2. Усунення ризику. Компанії можуть виявитися не в змозі продовжувати створювати капітал у довгостроковій перспективі, якщо природний, соціальний, фінансовий та промисловий капітал продовжуватиме виснажуватися. Кожна ЦСР є сферою ризику, яка вже створює проблеми для бізнесу і суспільства, і ці ризики, швидше за все, тільки продовжуватимуться і зростатимуть, якщо не будуть усунені.

Ланцюжки поставок особливо схильні до впливу зміни клімату та виснаження природних ресурсів, що відповідає Цілям № 12, 13, 14 та 15. Геополітична

нестабільність (Ціль № 16), нерівність (Ціль № 10) та відсутність розвитку в деяких регіонах (Цілі № 1, 2, 3 і 4) обмежують потенціал ринків, що розвиваються. Усунення цих та інших ризиків може мати хороший бізнес ефект, оскільки зацікавлені сторони покладають на компанії відповідальність за їхню роль у створенні або загостренні цих ризиків. Компанії можуть зберігати свою соціальну ліцензію на діяльність, відповідаючи потребам зацікавлених сторін у цих областях.

У звіті Комісії з бізнесу та сталого розвитку показано, що стійкі бізнес-моделі, пов'язані з ЦСР, можуть відкрити економічні можливості на суму до 12 трильйонів доларів США та збільшити зайнятість на 380 мільйонів робочих місць до 2030 р.

3. Залучення капіталу. Очікується на перенаправлення інвестиційних потоків (як державних, так і приватних) у бік глобальних проблем розвитку, сформульованих навколо Цілей сталого розвитку. За оцінками ООН, витрати на досягнення сталості становитимуть приблизно від 3,3 до 4,5 трлн доларів США на рік. За даними глобальної організації Ernst & Young Global Limited [48] вважається, що будуть розроблені інноваційні моделі фінансування, ґрунтуючись на вже здобутому досвіді:

- фінансування проблем з кліматом, коли кошти уряду та приватного сектора направлялися у проекти через багатосторонні державні фонди, орієнтовані на клімат.

- інноваційні фінансові продукти приватного сектора, такі як випущені зелені облігації.

Індикаторами сталого розвитку називають показники, що виводяться з первинної інформації, що дозволяють судити про стан та/або зміни параметрів сталого розвитку (екологічних, економічних, соціальних). Індекси сталого розвитку – це комплексні показники, одержувані під час агрегації (об'єднання) кількох індикаторів між собою чи іншими даними.

Найбільш відома методика оцінки рівня сталого розвитку компанії за допомогою індексів стійкості Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Index – DJSI) [44], запущених у 1999 році. Вони є сімейством індексів, що оцінюють стійкість діяльності тисяч компаній, що торгують на відкритому ринку, працюють у рамках

стратегічного партнерства між індексами S&P Dow Jones і RobecoSAM (стійке управління активами). Вони є найстарішими світовими стандартами сталого розвитку в усьому світі і стали ключовою точкою відліку при інвестуванні у сталий розвиток як інвесторів, так компаній. У 2012 році індекс S&P Dow Jones був сформований шляхом злиття індексів S&P та індексів Dow Jones.

DJSI заснований на аналізі корпоративних економічних, екологічних та соціальних показників, оцінюючи такі питання, як корпоративне управління, управління ризиками, брендинг, пом'якшення наслідків зміни клімату, стандарти ланцюжка поставок та трудові практики. Тенденція полягає у відмові від компаній, які не працюють з дотриманням принципів сталого розвитку та етичних норм. Він включає загальні та галузеві критерії стійкості для кожної з 60 галузей, визначених відповідно до Індексу галузевої класифікації.

Комплекс індексів DJSI містить один головний глобальний індекс, DJSI World, та різні індекси, засновані на географічних регіонах, таких як: Європа, Північна Європа, Північна Америка та Азіатсько-Тихоокеанський регіон. DJSI також містить галузеві індекси, які називаються «індексами блакитних фішок». Крім того, методологія DJSI полегшує проектування, розробку та надання індивідуальних індексів стійкості; наприклад, індекси, що охоплюють різні регіони, індекси, що охоплюють різні сегменти провідних компаній сталого розвитку, індекси, що охоплюють додаткові критерії виключення та індекси, виражені в різних валютах.

Для включення в DJSI компанії оцінюються та обрані на основі їх довгострокових планів управління економічними, соціальними та екологічними активами. Критерії відбору змінюються щороку, і компанії мають продовжувати покращувати свої довгострокові плани сталого розвитку, щоб залишатися в Індексі. Індекси оновлюються щорічно, а компанії контролюються протягом року.

Індекс DJSI розраховується на основі системи важелів для різних якісних та кількісних показників у трьох областях (Див. Табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Компоненти Індексу стійкості Dow Jones та їх частка у загальному рейтингу

Назва аспекту та компоненту	Частка, %
Економічний параметр	
Ефективність корпоративного управління	6.0
Управління ризиками	6.0
Дотримання кодексу ділової етики	6.0
Екологічний параметр	
Якість екологічної звітності у галузі сталого розвитку	3.0
Соціальний параметр	
Розвиток людського капіталу	5.5
Залучення талановитих співробітників	5.5
Якість трудових відносин	5.0
Корпоративна соціальна відповідальність	3.0
Соціальна звітність	3.0

Примітка. Складено автором за даними [44].

- економічний вплив – 33%. Оцінюються ефективність корпоративного управління, розвиненість системи антикризового та ризик-менеджменту, дотримання кодексу ділової етики/протидія корупції;

- вплив на навколишнє середовище – 33%. Оцінюється якість екологічної звітності у галузі сталого розвитку;

- соціальний вплив – 33%. Оцінюються розвиток людського капіталу, залучення та збереження талановитих співробітників, трудові відносини, корпоративна соціальна відповідальність та філантропія, соціальна звітність [44].

Дедалі більше компаній бачать цінність у розкритті своїх показників ESG на ринку капіталу через оцінку корпоративної відповідальності (corporate sustainable assessment – CSA). У 2021 р. відбулося рекордне зростання кількості учасників індексу CSA на 33%, з 1386 у 2020 р. до 1843 компаній у 2021 р. (рис. 2.1):

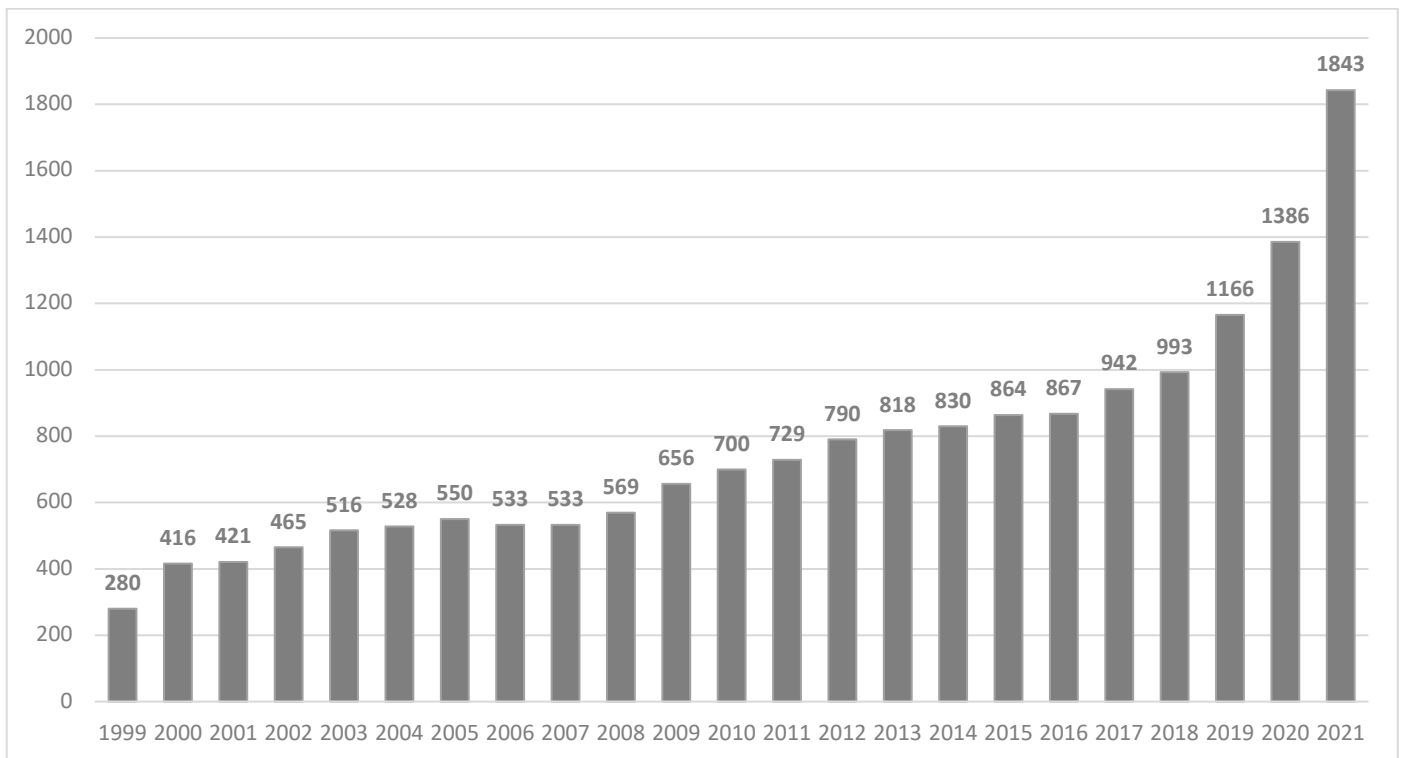


Рис. 2.1. Кількість компаній-учасників у рейтингу корпоративної відповідальності S&P Global.

Примітка. Побудовано автором за даними [81].

Ще більше 5000 компаній зараз проходять оцінку, і їх оцінки будуть опубліковані в березні 2022 р. Станом на 12 листопада 2021 р. компанії, що оцінюються, представляють 45% світової ринкової капіталізації в порівнянні з 32% у 2020 р.

Якщо дивитися за регіональним розподілом, то у 2021 р. до індексу найбільше відносилися компанії з таких частин світу як Азійсько-Тихоокеанський регіон, Північна Америка, Європа, Латинська Америка, Африка (рис. 2.2.):

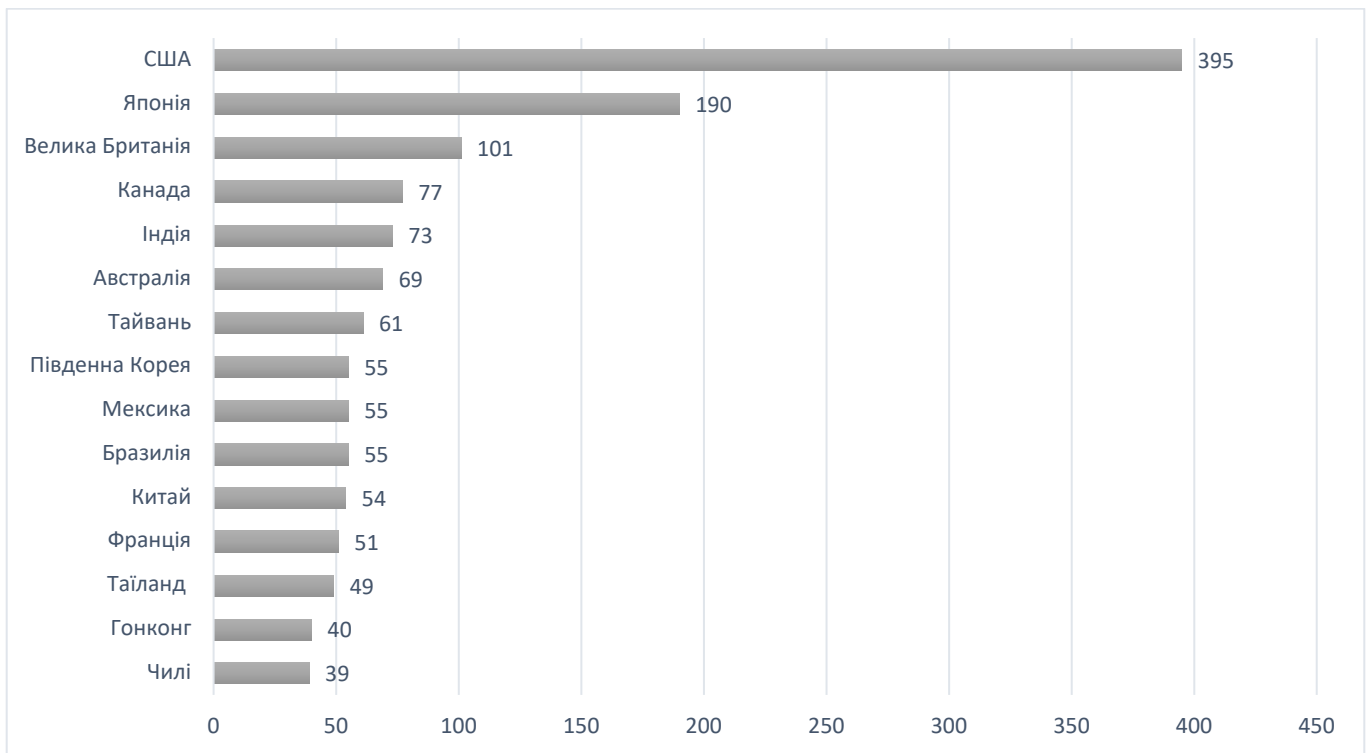


Рис. 2.2. ТОП-15 країн за кількістю компаній, що оцінюються у рейтингу.

Примітка. Побудовано автором за даними [81].

За галузями найбільше було компаній зі банкової сфери, страхової діяльності, нерухомості, фінансових послуг та виробників електроенергії. У порівнянні з 2020 роком тут також спостерігається зростання. Наприклад, якщо роком раніше було оцінено 103 банки та 104 компанії з нерухомості, то у 2021 р. їх було оцінено 133 та 147 відповідно (рис. 2.3.).

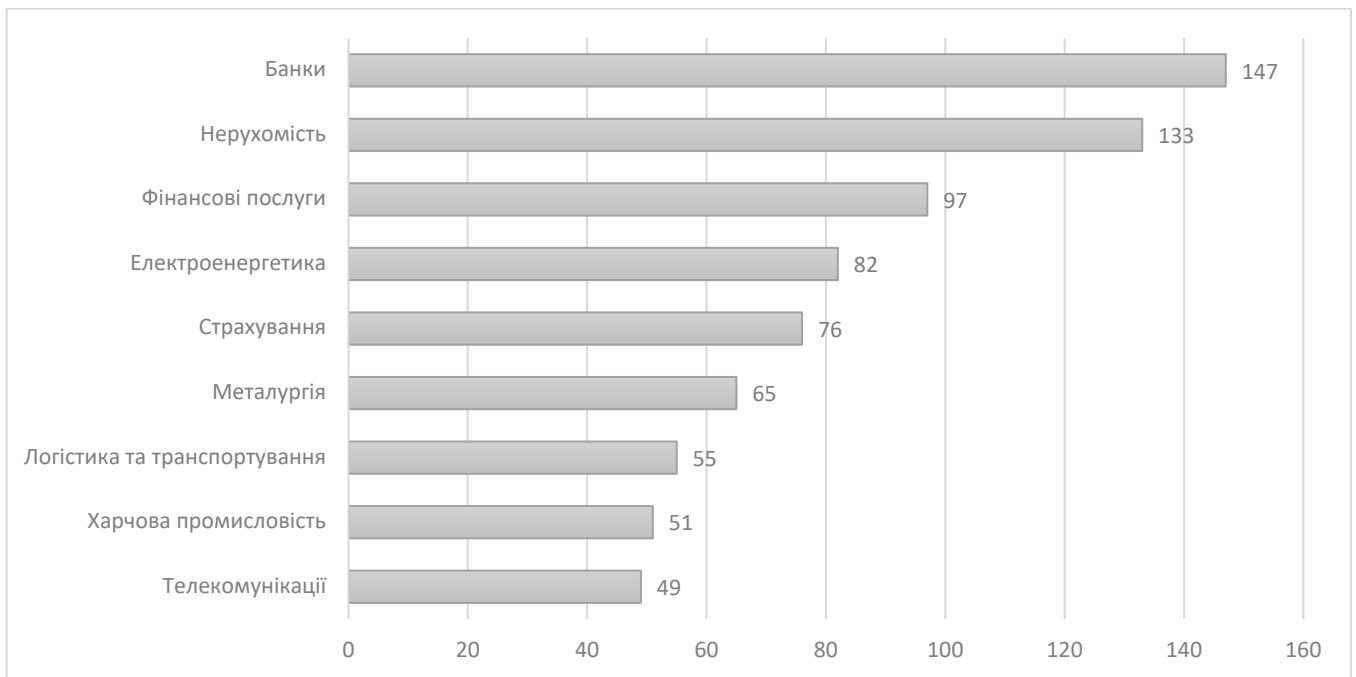


Рис. 2.3. Розподіл компаній у рейтингу DJSI за галузями у 2021 р.

Примітка. Побудовано автором за даними [81].

При ухваленні інвестиційних рішень інвестори все більше звертають увагу на екологічні, соціальні та управлінські ризики (ESG). Згідно з третім опитуванням інвесторів ЕУ (2018 р.) [83], слабке корпоративне управління, погані екологічні показники, брак ресурсів, зміна клімату та ризики для прав людини, швидше за все, вплинуть на рішення інвесторів.

Опитані інвестори використовують широкий спектр нефінансової інформації на всіх етапах прийняття інвестиційних рішень. Компанії, які публічно заявляють про відданість сталому розвитку; пов'язують свої стратегічні пріоритети із ним; і вимірюють, повідомляють про свій прогрес у досягненні Цілей, стають переконливим сигналом інвесторам про їх можливості управляти екологічними, соціальними та управлінськими ризиками (ESG) та створювати конкурентні переваги, пов'язані з їх ефективністю. Допомога спільнотам у досягненні ЦСР також створює можливості для інвесторів керувати своїми ризиками та нарощувати свої портфелі.

Інвестори стверджують, що вони з більшою ймовірністю час від часу або часто розглядатимуть нефінансову інформацію при коригуванні оцінки з

урахуванням ризику (70%), вивченні динаміки галузі та регулювання (63%) та при аналізі результатів інвестицій (61%). Також інвестори вважають, що фактори ESG можуть забезпечити захист від зворотних ризиків – 89% вважають, що інформація ESG дещо цінніша (80%) або набагато цінніша (9%) при прийнятті інвестиційних рішень в умовах ринкового спаду (рис. 2.4.):

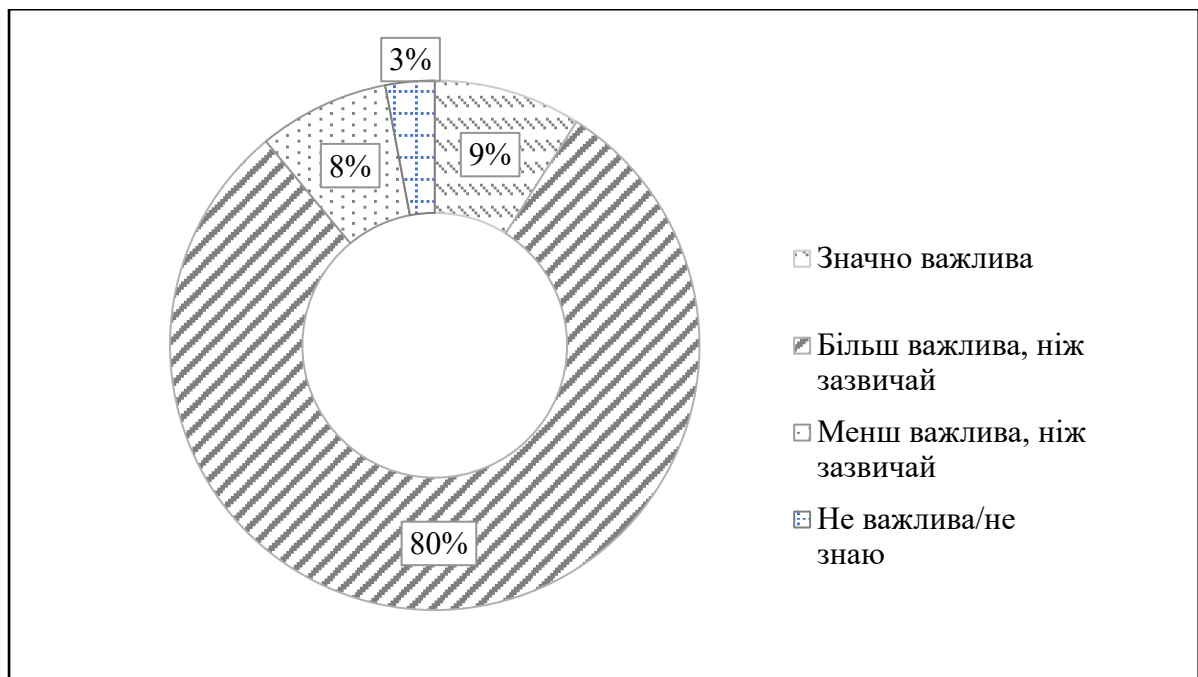


Рис 2.4. Важливість інформації про екологічні, соціальні та управлінські ризику у період економічного спаду або кризи для інвесторів

Примітка. Побудовано автором за даними [84].

Світовий банк виділив 23,5 млрд. доларів США в рамках 115 проектів, щоб допомогти країнам, що розвиваються, знайти вирішення проблем, пов'язаних з ЦСР. Він також нещодавно випустив облігації сталого розвитку, прив'язані до індексів акцій, на суму 163 млн. євро, які фінансуються інституційними інвесторами в Європі для підтримки фінансування таких проектів.

Згідно з даними від міжнародної фінансової групи BNP Paribas, яка розмістила облігації в рамках своєї власної ініціативи з досягнення ЦСР, рентабельність інвестицій в облігації безпосередньо пов'язана з прибутковістю акцій компаній, включених до Світового індексу Solactive Sustainable Development Goals World

Index, визнаних лідерів у своїх галузях у соціальній сфері та питаннях екологічно сталого розвитку. Це демонструє, як компанії з бізнес-моделями, орієнтованими на сталий розвиток, можуть безпосередньо отримувати вигоду з нових джерел капіталу.

Світовий індекс Solactive Sustainable Development Goals World Index включає 50 компаній з однаковою вагою, які мають позитивний вплив на сталий розвиток, наприклад, такі як Dexus/Au, Naturgy Energy Group Sa, Pfizer Inc, Danone S, Takeda Pharmaceutical та інші. Право на включення визначається на основі методології Vigeo Eiris Equitics, яка зіставляє ЦСР із продуктами, послугами та поведінкою компаній. Право на участь мають компанії, для яких стійкі продукти, такі як відновлювані джерела енергії або основні лікарські засоби, становлять значну частину діяльності. Кожна компанія оцінюється з погляду їхнього впливу на людей, планету та їх методів ведення бізнесу. У процес вбудовані додаткові рівні фільтрації: застосовується фільтр виключення вуглецевого сліду, що базується на стратегіях компаній з викидів вуглецю та енергетичного переходу. Компанії, зайняті у спірних галузях, таких як атомна промисловість, тютюнова промисловість або виробництво вогнепальної зброї, також не враховуються. Такий самий підхід застосовується до компаній, які були предметом критичних суперечок, наприклад про порушення прав людини.

Потім відбори ESG комбінуються з фільтром низької волатильності із застосуванням обмежень щодо країн та секторів. Правила індексу вимагають включення акцій із Європи, Азії та Америки, що робить індекс глобальним за своїм охопленням.

Майкл Нотат, голова відділу глобальних ринків Vigeo Eiris, зазначив: «Цей новий індекс ЦСР – відмінний засіб для інвестування у створення довгострокової вартості за рахунок точного відбору компаній на основі їхньої ділової поведінки та характеру їхньої діяльності щодо ЦСР та їх вуглецевої стратегії. Він об'єднує низку компаній, які прагнуть не лише до сталого зростання своїх продуктів та послуг, а й до нового способу ведення бізнесу» [104].

Світовий індекс Solactive Sustainable Development Goals доступний у євро та доларах США та розраховується як індекс чистого загального прибутку. Індекс також доступний з функцією управління ризиками (RC) з використанням цільового рівня волатильності 8% для версії для євро та 10% для індексу в доларах США. 50 компонентів мають однакову вагу на відповідний день відбору, а їх склад коригується щорічно (Див. Рис. 2.5.).

4. Мета фокусування. Цілі сталого розвитку, ймовірно, вплинуть на корпоративні стратегії багатьох компаній по всьому світу. Сприяння досягненню ЦСР – це спосіб створення спільних цінностей для всіх зацікавлених сторін, тому бізнес буде потужною рушійною силою для мобілізації зацікавлених сторін задля досягнення загального результату.

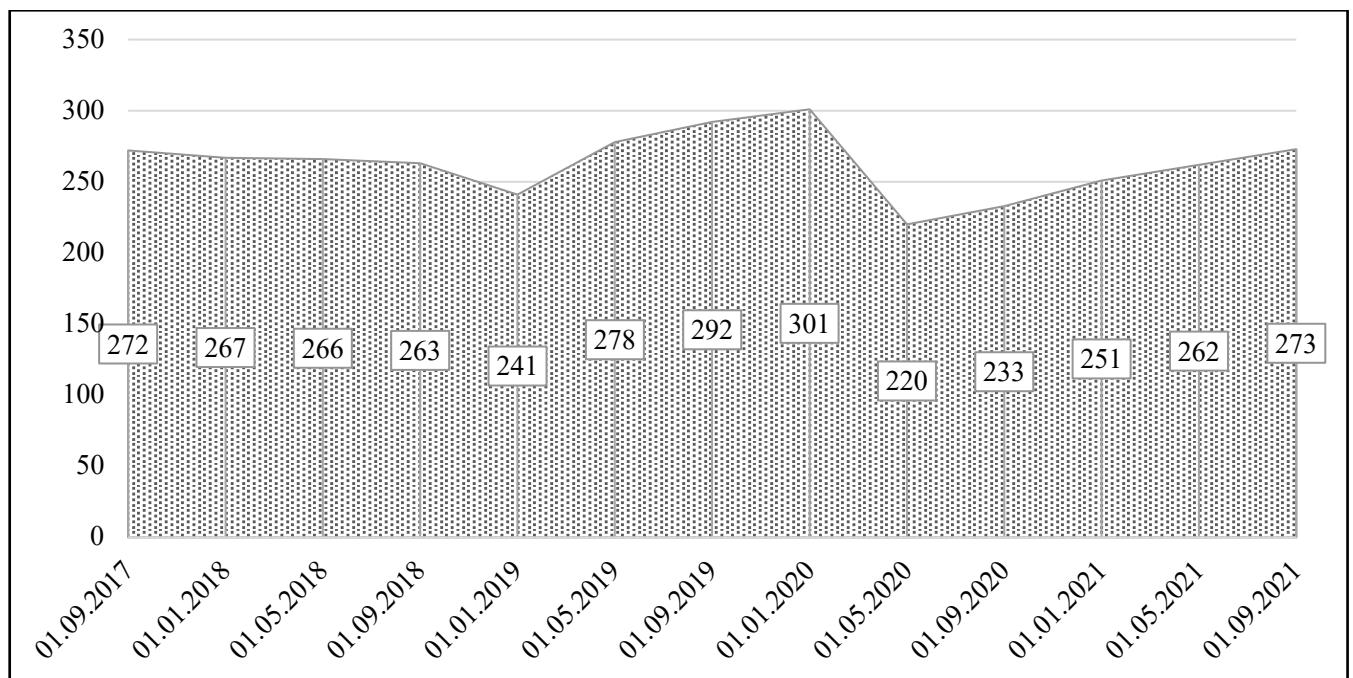


Рис. 2.5. Зміна Індексу Solactive Sustainable Development Goals, 2018-2021 рр.

Примітка. Побудовано автором за даними [95].

Коли компанії зосереджуються на цілі, заснованої на створенні цінності для інших, поліпшенні миру, в якому ми живемо, та натхненні організації на всіх рівнях, вони можуть підвищити свою здатність збільшувати прибуток та створювати стійку цінність. ЦСР можуть сфокусувати мету компанії на завданнях, які діють як катализатор інновацій, залучають та мотивують співробітників, відкривають нові

ринки та можливості та можуть захистити компанію від широкого спектру ризиків у майбутньому. Щоб мета була поставлена, знаходила відгук і, зрештою, досягла свого потенціалу, мета повинна мати значення для бізнесу, бути реалізованою та мати трансформуючу дію. ЦСР можуть допомогти компанії визначити свою амбітну мету таким чином, щоб вона була актуальною та надихала зацікавлені сторони, дозволяючи меті стати основою її стратегії та сприяти довгостроковим позитивним змінам, які можуть підвищити акціонерну вартість у довгостроковій перспективі. По суті «Порядок 2030» надає компаніям чудову можливість для того, щоб прийняти виклики суспільства і використовувати Цілі як можливості для прискорення зростання бізнесу та довгострокової конкурентоспроможності.

Можна запропонувати такі шість дій, які компанії можуть імплементувати вже зараз задля досягнення більшої інклюзивності в економіці:

1. Визначення та прийняття своїх цілей. Вирішальним кроком для міжнародних компаній буде визначення того, як цілі (прямо чи опосередковано) пов'язані з їхнім бізнесом. Компаніям слід застосовувати стратегічний підхід та узгоджувати свої корпоративні пріоритети з відповідними ЦСР, щоб краще взаємодіяти з клієнтами, співробітниками та зацікавленими сторонами та надавати позитивний вплив. Компаніям слід враховувати:

- виявлення Цілей, які мають найбільший вплив з погляду ризику та можливостей у довгостроковій перспективі і в яких компанія має найбільші можливості зробити свій внесок у прогрес у досягненні цілей;
- визначення доступних важелів для масштабування впливу шляхом зміни бізнес-моделей, стратегій закупівель, продуктів та послуг;
- публічна відданість ЦСР для досягнення відповідних цілей.

2. Розробка цілей та КРІ. 17 Цілей супроводжуються 169 конкретними, глобальними та універсально застосовними завданнями. У міру того, як компанії визначають свої пріоритетні ЦСР та починають розглядати свою стратегію, вони повинні встановлювати свої власні чіткі цілі та ключові показники ефективності (КРІ) для моніторингу та інформування про прогрес. Тут компаніям слід враховувати:

- встановлення цілей та КРІ, які тісно пов'язані з відповідною ЦСР;
- узгодження будь-яких існуючих цілей та методів моніторингу та вимірювання з цими новими цілями та ключовими показниками ефективності.

3. Узгодження стійкості та корпоративної стратегії з цілями. Працюючи над визначенням найбільш актуальних для себе Цілей та встановленням цільових показників та ключових показників ефективності, компаніям важливо повторно оцінити, наскільки добре існуючі практики відповідають завданням та цілям. Компаніям слід розглянути можливість виявлення областей, у яких:

- коригуються бізнес-моделі;
- розробляються продукти чи послуги;
- трансформуються ланцюжки поставок;
- переорієнтовуються інновації та НДДКР;
- перебудовуються стратегії сталого розвитку задля досягнення як корпоративних цілей, так і ЦУР.

4. Створення можливостей для бізнесу. ЦСР забезпечують основу для отримання доходів, надання можливостей для зростання бізнесу та стимулювання інновацій у продуктах та послугах. Визначивши нові бізнес-моделі, продукти чи послуги, які сприяють досягненню цілей, цілком імовірно, з'являться більш стійкі та процвітаючі спільноти, розширюватимуться ринки та з'являтимуться нові, а бази споживачів зростатимуть. Компаніям слід враховувати:

- виявлення регіонів і сегментів суспільства, що недостатньо обслуговуються, які могли б отримати вигоду з інноваційних продуктів і послуг, розроблених за принципами стійкості стійким.

- інвестування в освіту, нарощування потенціалу та створення можливостей для стимулювання економіки за рахунок збільшення місцевої економічної потужності за збереження довкілля.

- зменшення зв'язку між економічним зростанням та інтенсивним використанням природних ресурсів та матеріалів за допомогою ідей енерго- та водозбереження, зниження викидів вуглецю та економіки замкнутого циклу.

5. Співпраця. Малоімовірно, що одна компанія може вирішити будь-яку з цих проблем наодинці, і співпраця життєво важлива як усередині секторів, так і між різними галузями. Співпраця, ймовірно, стане основним засобом успішної реалізації ЦСР та нарощування масштабів зусиль. Компаніям слід враховувати:

- виявлення можливостей співпраці з колегами, клієнтами, постачальниками, науковими та некомерційними організаціями, а також представниками різних галузей для досягнення взаємовигідних рішень, використання мереж, досягнення масштабу та поділу відповідальності;

- партнерство з урядами, містами та громадянським суспільством для використання фінансових, технологічних та людських ресурсів бізнесу для сприяння розвитку, стабільності та торгівлі.

6. Вимірювання, оцінка та інформування. Компанії також несуть відповідальність за вплив своєї діяльності і, зокрема, за прогрес у досягненні цілей, пов'язаних із ЦСР. Інтеграція 17 Цілей до основного бізнес циклу та звітності може допомогти компаніям зосередитися на створенні видимих спільних цінностей. Компаніям слід враховувати:

- погодження існуючої звітності та комунікації з Цілями сталого розвитку для обговорення результатів діяльності в контексті очікувань, встановлених ЦСР, а також для узгодження інформації, що розкривається, для встановлення спільного діалогу між зацікавленими сторонами;

- розробка систем для інтеграції управління питаннями ЦСР у повсякденне ухвалення бізнес-рішень [92].

17 цілей сталого розвитку (ЦСР) ООН були чітко розроблені для залучення приватного сектора до вирішення найбільш нагальних проблем світу. За 5 років після 15-річного графіка ООН питання полягає в тому, чи просувають компанії серйозні рішення або просто починають масштабну глобальну піар кампанію зі зв'язками з громадськістю. На жаль, внутрішні дослідження ООН вказують на останнє. Проте, різка і негайна зміна курсу як з боку компаній, так і з боку ООН матиме важливе значення, адже є шанс уникнути прикрого провалу у виконанні ЦСР.

Комерційні можливості для бізнес-рішень ЦСР реальні та великі. Комісія генерального директора під головуванням колишнього генерального директора Unilever Пола Полмана стверджує, що досягнення Цілей відкриває можливості для бізнесу в розмірі 12 трлн. дол США. І, згідно з Глобальним договором ООН, більше 80% з 9 500 корпоративних учасників взяли на себе зобов'язання просувати одну або кілька цілей. 95% цих компаній очікували, що вони зроблять «значний» або «істотний» вплив на досягнення Цілей.

Висновок, який було зроблено: прихильність майже кожної компанії, яка була вивчена, здається чисто косметичною; існуючі ініціативи в області корпоративної соціальної відповідальності були просто перейменовані на відповідні цілі. Виявилось, що дуже мало компаній роблять щось нове для досягнення цілей. Але, чи справді ці компанії очікують, що звичайне ведення бізнесу принесе ті результати, яких вимагають ЦСР?

Не можна заперечувати масштаб ресурсів, які може мобілізувати приватний сектор: наприклад, в Сполучених Штатах витрати приватного сектора в розмірі 22 трлн. дол. США перевищують витрати уряду в 7 разів і в 20 разів перевищують витрати некомерційного сектора; є також трильйони доларів інвестицій, доступних через ринки капіталу. Але такий масштаб ресурсів цікавий до розгляду в даному контексті тільки в тому випадку, якщо компанії знаходять можливості для просування Цілей за допомогою своєї основної діяльності [73].

Наприклад, хоча б 27 з 50 найбільших компаній США заявляють, що працюють над досягненням в середньому дев'яти Цілей сталого розвитку на компанію, проте навряд чи яка-небудь з них робить щось нове або інше в своїй основній діяльності для досягнення цих цілей.

Більш того, у багатьох випадках здається, що основна діяльність компаній суперечить їх зобов'язаннями. Тютюновий гігант Philip Morris стверджує, що сприяє досягненню мети в галузі охорони здоров'я. Прихильність Exxon Mobil по досягненню 7 Цілі – доступної і чистої енергії – не змінила її бізнес-модель. Без сумніву, ці компанії десь роблять щось, що якимось чином сприяє досягненню

заявлених цілей, але їх основна діяльність також значно перешкоджає прогресу в досягненні тих самих цілей, які вони проголошують [73].

Трагедія полягає не тільки в тому, що компанії можуть робити такі поверхневі і часом суперечливі заяви; це також втрата величезної можливості для значущої взаємодії з приватним сектором, який допоміг би досягти цих нагальних цілей. Прогресу не можна бути досягти без різкої зміни курсу.

Проте є й успішні приклади функціонування великих ТНК, зокрема в досягненні екологічних Цілей Сталого Розвитку. Коли справа доходить до вирішення екологічних проблем в глобальному масштабі, такі компанії, як ІКЕА, роблять величезні кроки вперед. Вкладаючи значні кошти в сталий розвиток протягом всієї своєї діяльності, ІКЕА лідирує у створенні більш досконалої і екологічно чистої бізнес-моделі. З більш ніж 700 000 сонячних панелей, якими «харчуються» її магазини, і 50% деревини, що надходить від екологічно раціональних лісівників, компанія демонструє, що стійкість може бути основною частиною будь-якої бізнес-моделі без негативного впливу на виручку.

Starbucks також відомий своєю прихильністю до справ захисту навколишнього середовища, демонструючи величезну підтримку таких заходів, як Всесвітній день навколишнього середовища. Компанія вживає заходів для зменшення шкідливого впливу на навколишній світ та є лідером в демонстрації методів екологічного будівництва в своїх магазинах та кав'ярнях, завдяки чому 800 закладів отримали сертифікат «Лідерство в галузі енергетики та екологічного дизайну».

Міжнародна корпорація Apple відома більше своїми високотехнологічними приладами та фабриками в Китаї, ніж своєю екологічною стійкістю, прагне пом'якшити наслідки зміни клімату в деяких з найбільш постраждалих районів. Співпрацюючи з організацією по захисту довкілля Conservation International, Apple взяла на себе зобов'язання висадити 27 000 мангрових дерев уздовж узбережжя Колумбії. Ці дерева «вчищають» вуглець з атмосфери і захищають берегову лінію від ерозії [24]. Apple також використовує 100% екологічно чисту енергію на своїх виробничих об'єктах, покладаючись на енергію вітру і сонця замість викопного палива [96].

Таку компанію з електронної комерції як eBay можна взагалі вважати першопроходцем з впровадження сталих ініціатив в корпоративну стратегію. Зрештою, саме eBay вперше запропонував ідею повторного використання товарів замість того, щоб викидати їх, виставляючи та продаючи їх у себе на платформі. Але компанія пішла ще далі, встановивши партнерські відносини з Поштовою службою США для забезпечення екологічних варіантів доставки, а також пропонуючи локальні місця для продажу товарів, щоб ще більше знизити екологічні витрати на доставку, особливо використовуючи повітряний транспорт.

Згідно з останніми тенденціями, покупці роблять покупки, приділяючи першочергову увагу впливу на довкілля. Може бути важко відрізнити компанії, які на законних підставах є екологічно чистими, від компаній, які просто підстрибують на підніжці екологічної безпеки та поступово навішують на себе ярлик «екологічно чисті». Враховуючи серйозність нинішньої кліматичної кризи, дуже важливо, щоб всі підтримували високі екологічні очікування та вітали підприємства, які, як і раніше, приділяють пріоритетну увагу та працюють в авангарді екологічних інновацій.

Коли ми чуємо про екологічні зобов'язання інших підприємств, ми розуміємо, що «екологічність» означає набагато більше, ніж просто не завдавати шкоди клімату. Екологічна свідомість вплетена в кожну складову бренду компанії для бізнесу, який справді є екологічно чистим.

Стійкі компанії не тільки виробляють екологічно чисті продукти, отримані з етичних джерел, але й дотримуються екологічно чистих методів виробництва. Вони також працюють над тим, щоб повністю змінити ландшафт участі та відповідальності бізнесу у сфері захисту навколишнього середовища.

У боротьбі зі зміною клімату екологічно чистий бізнес виходить за межі своєї продукції. На додаток до закріплення стійкості в рамках своїх основних бізнес-функцій, вони також працюють над захистом навколишнього середовища, виступаючи за стійку політику, підвищуючи екологічну свідомість та заохочуючи участь місцевих жителів у природоохоронних заходах, співпрацюючи з іншими компаніями та групами та багато іншого.

За даними видання Corporate Knights та рейтингу 2021 Global 100 на Всесвітньому економічному форумі в Давосі, який у 2021 р. через пандемію було переведено в онлайн, було визначено міжнародні компанії, які найбільш наблизилися до досягнення Цілей сталого розвитку [79]. Щорічний рейтинг заснований на оцінці 8080 компаній з доходом понад 1 млрд. дол. США. У списку 2021 р. 46 найбільш стійких корпорацій базуються в Європі; 33 – у Північній Америці; 18 – знаходяться в Азії; 2 знаходяться у Південній Америці; та 1 – в Африці.

Загалом, рейтинг складається з багатьох показників, які повинні бути задовільнені для досягнення високого балу. Вони складаються з екологічних метрик (енергетична ефективність, ефективне використання води, управління відходами, викиди CO₂, чисті інвестиції), соціальних метрик (поранення та фатальні випадки на виробництві, текучість персоналу, кількість днів відплачуваної відпустки), управлінських метрик (притримування сталим стратегіям та досягнення цілей, відсоток жінок в управлінні, расова різноманітність працівників, рівень сталості постачальників) та економічні метрики (кількість сплачених податків, якість пенсійного фонду, кількість санкцій проти компанії).

Нижче зазначено ТОП-5 сталих компаній світу у 2021 р.

1. **Schneider Electric** (83,2%) була визнана найстійкішою компанією у світі. Європейська міжнародна корпорація в галузі енергетики та автоматизації отримала таке визнання за свою оперативну та постійну відданість ESG – екологічним, соціальним та управлінським завданням, піднявшись з 29-го місця у 2020 р.. Schneider Electric робить свій внесок у зниження викидів CO₂ та підвищення температури Землі, приділяючи особливу увагу інноваціям та відновлюваним ресурсам. Їхні ініціативи допомагають запобігти перегріву атмосфери Землі та виробляти екологічно чисті товари, які забезпечують кращий доступ до енергії.

2. **Ørsted** (82,7%) була названа другою найбільш стійкою фірмою у світі після того, як узяла на себе зобов'язання боротися зі зміною клімату за допомогою відновлюваних джерел енергії. Незважаючи на те, що у 2020 р. данська енергетична

компанія впала з першого місця в цілому, вона залишається найстійкішою енергетичною компанією у світі, і це її звання зберігається вже три роки.

Компанія, також відома як один із найбільших розробників відновлюваних джерел енергії, перейшла від використання викопного палива до відновлюваних джерел енергії у своїй діяльності та поставила за мету досягти вуглецевої нейтральності до 2025 р.

3. **Banco do Brasil** (81,7%) найбільший банк у Бразилії та Латинській Америці за розміром активів, також є одним із найстійкіших підприємств. Банк, заснований 212 років тому, обіцяє бути інклюзивним та покращувати суспільство у цифровому форматі, пропонуючи доступ до Інтернету та сприяючи освіті, заохочуючи інновації та мотивуючи підприємців.

4. **Neste** (80,7%) світовий лідер у галузі сталого розвитку, відомий своїм відновлюваним дизельним паливом, екологічно безпечним авіаційним паливом, хімічною переробкою для скорочення пластикових відходів та інноваціями у переробці сировини у відновлювані види палива. За рік фінська компанія перемістилася з третього на четверте місце, але вона все ще входить до індексу Corporate Knights Global 100 ось уже 15 років поспіль, що набагато довше, ніж у будь-якої іншої світової енергетичної компанії.

5. **Stantec** (80,5%) не лише одна з найбільш екологічно відповідальних компаній у світі, але й лідируюча у Північній Америці. Половина загальної оцінки компанії була отримана за рахунок чистого прибутку та чистих інвестицій, які являють собою товари та послуги, що надають доведений екологічний та соціальний вплив.

Також до рейтингу ввійшли такі відомі ТНК, що відображено у таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Найбільш стійкі міжнародні компанії 2021 р.

Місце у 2021р.	Місце у 2020р.	Назва компанії	Країна походження	Бал у рейтингу
6	22	McCormick & Company Inc	США	79,3
7	23	Kering SA	Франція	78,4

8	18	Metso Outotec	Фінляндія	78,4
13	4	Cisco Systems Inc	США	75,8
25	41	Siemens AG	Німеччина	72,0
30	15	Hewlett Packard Enterprise	США	71,5
46	31	BNP Paribas SA	Франція	67,6
60	80	Samsung SDI Co Ltd	Південна Корея	64,0
76	55	Adidas AG	Німеччина	59,6
78	97	Lenovo Group Ltd	Китай	59,3

Примітка. Побудовано автором за даними Corporate Knights Global 100.

Суворі оцінки Corporate Knights засновані на методології, яка включає 24 ключові показники ефективності (KPI), що охоплюють управління ресурсами, управління персоналом, фінансове управління, чистий виторг і чисті інвестиції, а також ефективність постачальників. У рейтингу 2021 р. також оцінювалися нові показники ефективності, пов'язані з пандемією COVID-19 та рухом за соціальну справедливість, тобто оплачуваною відпусткою через хворобу для співробітників та расовою різноманітністю в керівництві корпорації.

Так, наприклад, компанія Lenovo з гордістю продовжує домагатися прогресу у виконанні своїх зобов'язань у галузі охорони навколишнього середовища, соціальної сфери та управління, оголошуючи нові науково обґрунтовані цілі зі скорочення викидів парникових газів до 2030 р., які підтримують обмеження глобального потепління до 1,5 градусів Цельсія. Завдяки цьому компанія піднялась на 20 сходинок у рейтингу протягом одного року. Lenovo вирішила завдання 2020 р., виділивши 15 мільйонів доларів США у відповідь на пандемію, зосередивши увагу на задоволенні потреб у віддаленому навчанні та забезпеченні лікарень необхідними технологіями для задоволення потреб. Lenovo також продовжує просувати різноманітні таланти на свої керівні посади за допомогою програм розвитку лідерських якостей жінок та програми Mosaic Leadership.

Таким чином, Цілі сталого розвитку служать нагадуванням про взаємопов'язаний характер великої кількості глобальних проблем і можуть допомагати компаніям, що прагнуть вести відповідальний бізнес, застосовувати

систематичний підхід до всіх областей, в яких вони або істотно впливають, або можуть вплинути на них опосередковано. Також слід зазначити, що такі соціально відповідальні ініціативи є не просто бажаними, а необхідними до впровадження у кожній великій міжнародній корпорації задля створення сталого майбутнього та збереження природи та гідного життя.

2.2. Сучасні тренди реалізації корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-стратегіях підприємств

Донедавна більшість великих підприємств орієнтувалося виключно на єдину мету: отримання прибутку. Максимізація прибутку лежала в основі кожної дії або ініціативи, що робляться власниками бізнесу. Однак за останні кілька десятиліть все більше керівників бізнесу усвідомили, що вони зобов'язані робити більше, ніж просто максимізувати прибуток для акціонерів. Швидше, вони несуть соціальну відповідальність за те, щоб робити те, що краще не лише для своїх компаній, а й для людей, планети та суспільства загалом.

Усвідомлення цього спричинило появу компаній, які вважають себе соціально відповідальними. Деякі навіть мають позначення або штампи, наприклад, корпорації В [75], корпорації соціального призначення (SPC – social purpose corporation) та низькоприбуткові компанії з обмеженою відповідальністю (L3C – Low-Profit Limited Liability Company).

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це бізнес-модель, що саморегулюється, яка допомагає компанії нести соціальну відповідальність перед самою собою, своїми зацікавленими сторонами та громадськістю. Практикуючи корпоративну соціальну відповідальність, також звану корпоративним громадянством, компанії можуть усвідомлювати, який вплив вони несуть на всі аспекти життя суспільства, включаючи економічні, соціальні та екологічні. Також корпоративна соціальна відповідальність визначається як ідея, що бізнес несе відповідальність перед суспільством, яке існує навколо нього.

Фірми, які дотримуються корпоративної соціальної відповідальності, зазвичай організовані таким чином, щоб вони могли бути та діяти соціально відповідальним чином. Це форма саморегулювання, яка може виражатися в ініціативах чи стратегіях, залежно від цілей організації.

Що означає «соціально відповідальний», варіюється від організації до організації. Підприємства часто керуються концепцією, відомою як потрійний результат, яка диктує, що бізнес повинен прагнути вимірювати свій соціальний та екологічний вплив, а також свій прибуток. Девіз «Прибуток, люди, планета» часто використовується для позначення рушійної сили потрійного прибутку. Корпоративна соціальна відповідальність традиційно ділиться на чотири категорії: екологічна, філантропічна, етична та економічна.

1. Екологічна відповідальність. Екологічна відповідальність має переконання, що організації повинні поводитися якомога екологічніше та нешкідливо по відношенню до навколишнього середовища. Це одна з найпоширеніших форм корпоративної соціальної відповідальності. Деякі компанії використовують термін «охорона навколишнього середовища» для позначення таких ініціатив.

Компанії, які прагнуть екологічної відповідальності, можуть зробити це декількома способами:

- Зниження забруднення навколишнього середовища, викидів парникових газів, використання одноразових пластиків, споживання води та загальних відходів;
- Збільшення залежності від відновлюваних джерел енергії, стійких ресурсів та перероблених чи частково перероблених матеріалів;
- Компенсація негативного впливу на довкілля, наприклад, шляхом посадки дерев, фінансування досліджень та пожертв на пов'язані з цим цілі.

2. Етична відповідальність. Етична відповідальність пов'язана із забезпеченням справедливої та етичної роботи організації. Організації, які дотримуються етичної відповідальності, прагнуть домогтися справедливого ставлення до всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво, інвесторів, співробітників, постачальників та клієнтів.

Компанії можуть притримуватися етичної відповідальності по-різному. Наприклад, підприємство може встановлювати свою власну, більш високу мінімальну заробітну плату, порівняно з тою, яку наказує уряд країни. Так само бізнес може вимагати, щоб продукти, інгредієнти, матеріали чи компоненти поставлялися відповідно до стандартів вільної торгівлі. У зв'язку з цим у багатьох фірм є процедури, що гарантують, що вони не купують товари, отримані внаслідок рабства чи дитячої праці.

Ben & Jerry's – це компанія, яка наполегливо працює над досягненням соціальної стійкості у формі благодійної допомоги громадам. Їхня участь у спільноті включає програму грантів, яка дозволяє співробітникам підтримувати місцеві організації у спільнотах, в яких вони живуть та працюють. Співробітникам також дається час щор. на спільну роботу з ремонту, чищення, будівництва та оновлення речей, які покращать якість життя на місцях за допомогою великомасштабних громадських проектів.

3. Філантропічна відповідальність. Філантропічна відповідальність пов'язана з метою бізнесу активно робити мир та суспільство краще. Крім того, що компанії діють якомога більш етично та дбайливо для навколишнього середовища, вони також часто виділяють частину своїх доходів на нівелювання проблем у цій сфері. У той час як багато фірм жертвують благодійним та некомерційним організаціям, які відповідають їхнім основним місіям та принципам, інші роблять пожертвування на гідні цілі, які не мають прямого відношення до їхнього бізнесу. Інші заходять так далеко, що створюють власний благодійний фонд.

4. Економічна відповідальність. Економічна відповідальність – це практика, коли фірма підкріплює всі свої фінансові рішення своїм зобов'язанням робити добро в областях, перерахованих вище. Кінцева мета – не просто максимізувати прибуток, але й позитивно вплинути на навколишнє середовище, людей та суспільство [101].

Більшість компаній прагнуть прийняти корпоративну соціальну відповідальність через моральні переконання, і це може принести низку переваг. Ініціативи корпоративної соціальної відповідальності можуть, наприклад, стати потужним маркетинговим інструментом, допомагаючи компанії позиціонувати себе

в очах споживачів, інвесторів та регулюючих органів. Ініціативи в галузі корпоративної соціальної відповідальності також можуть підвищити залученість та задоволеність співробітників – ключові аспекти, що сприяють утриманню співробітників. Такі ініціативи можуть навіть залучити потенційних співробітників, які мають сильні особисті переконання, що відповідають переконанням організації.

Зрештою, ініціативи у сфері корпоративної соціальної відповідальності за своєю природою змушують бізнес-лідерів вивчати методи, пов'язані з наймом та управлінням співробітниками, вихідними продуктами чи компонентами та наданням цінності клієнтам.

Цей роздум часто може призвести до інноваційних і революційних рішень, які допомагають компаніям діяти більш соціально відповідально та збільшувати прибуток. Переосмислення виробничого процесу таким чином, щоб компанія споживала менше енергії та виробляла менше відходів, наприклад, дозволяє їй стати більш екологічно чистою при одночасному зниженні витрат на енергію та матеріали – цінність, яку можна використовувати та розділити як з постачальниками, так і з споживачами.

Концепція стійкості визнає, що ресурси Землі обмежені, і спрямована на подолання надмірного використання природних ресурсів. Завдяки колективним зусиллям екологічно свідомих людей існує можливість зберегти ресурси майбутніх поколінь. Переваги для бізнесу можуть бути досить вагомими для усіх учасників ринку та процесів. Основна мета завжди повинна полягати у захисті навколишнього середовища та скороченні вуглецевого сліду бізнесу. Однак турбота про навколишнє середовище нерозривно пов'язана з успіхом у бізнесі та економічним зростанням. Розглянемо декілька переваг для різних стейкхолдерів бізнесу та ринку.

Інвестори. У зв'язку з підвищенням поінформованості про стійкий розвиток, стійкий бізнес особливо привабливий для потенційних інвесторів. Включивши елементи сталого розвитку до бізнес-стратегії підприємства, можливо залучити нових інвесторів для фінансування комерційних підприємств, нових проектів та підрозділів.

Соціально-перетворюючі інвестиції (англ. impact investing) стають дедалі помітнішими. Ці інвестиційні засоби впливу відносяться до інвестицій «в компанії, організації і фонди з метою створення вимірної, суспільно та екологічно корисної дії, а також для отримання фінансової віддачі». Маючи це на увазі, можна дійти висновку, що прагнення залишити позитивний соціальний та екологічний вплив, у свою чергу, збільшить інвестиційні можливості у бізнесі та сприятиме його економічному зростанню.

Клієнти. У будь-якому бізнесі найважливішим аспектом є бажання та потреби його споживачів. Більшість людей хочуть найкращого для нашої планети, і стійкий бізнес може пробудити чи зруйнувати бажання людини користуватися продуктами та послугами. Зобов'язання дотримуватись екологічно чистої стратегії для досягнення бізнес-цілей компанії сподобається клієнтам і покаже, що бізнес небайдужий до проблем суспільства, що у свою чергу зміцнить довіру громадськості.

Згідно з даними опитування Green Print відомо, що 75% мілленіалів готові витратити більше на продукт (див. рис. 2.6), якщо він є екологічно стійким. Те ж дослідження показало, що 77% американців стурбовані впливом своєї продукції на довкілля [74].

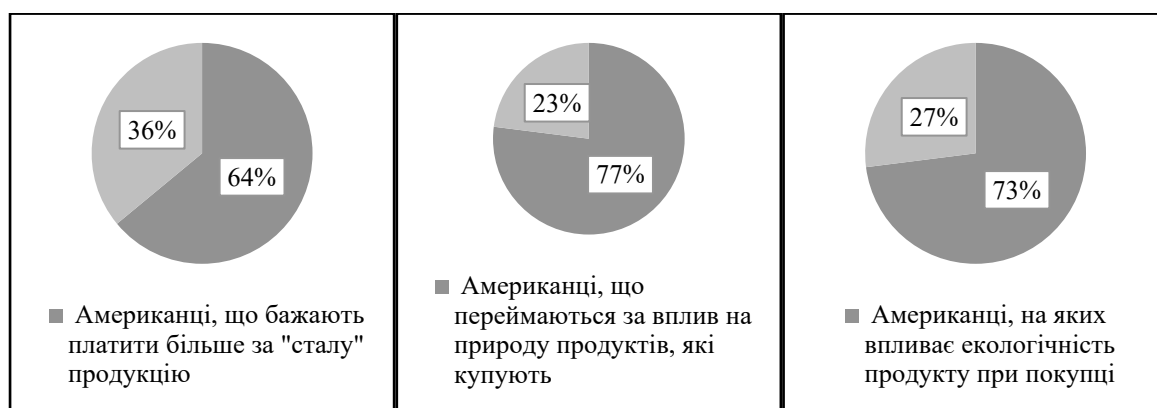


Рис. 2.6. Вплив наявності соціальної відповідальності компанії на прийняття рішень споживачів.

Примітка. Побудовано автором за даними Green Print [74].

Очевидно, що потреба у стійкості висока, тому корпоративний план сталого розвитку не тільки корисний для всієї планети, але й може мати життєво важливе значення для успішного ведення бізнесу.

Багато компаній вже вносять істотні зміни до своїх ініціатив та цінностей. Фактично, вони побудували свій бренд саме на принципах сталого розвитку і в результаті досягли успіху. Розглянемо деякі дивовижні компанії, які роблять свій внесок і будують надійні плани сталого розвитку:

Quorn. Винахід альтернативи м'ясу на рослинній основі – одна з найекологічніших речей, яку може зробити компанія в харчовій промисловості, і саме цим займається Quorn. Сільськогосподарські роботи є одним із основних факторів зміни клімату та забруднення. За даними Організації економічного співробітництва та розвитку, на сільськогосподарську діяльність припадає 17% викидів парникових газів, що спричиняють зміну клімату [105].

Крім боротьби з проблемами сільського господарства, Quorn має дуже чіткий набір цілей у сфері сталого розвитку, які включають досягнення нульових чистих викидів у рамках своєї власної діяльності до 2030 р. та досягнення нульових викидів по всьому ланцюжку поставок до 2050 р..

Lego. Ця компанія постачає культові іграшки з будівельних блоків як для дітей, так і для дорослих з 1962 р.. Оскільки компанія побудована на продажі пластмасових виробів, багатьох може вразити, що вона зробила великий стрибок в галузі сталого розвитку і мають великий набір цілей сталого розвитку.

Компанія Lego вже внесла значні покращення у вигляді пожертвувань офшорним вітровим електростанціям – електростанціям, що стоять в морі, розробки планів щодо забезпечення стійкості своїх пластмасових запчастин та підвищення енергоефективності виробництва іграшок Lego більш ніж на 12% на одиницю.

Поточні цілі компанії в галузі сталого розвитку включають виробництво всіх основних продуктів з екологічно чистих матеріалів до 2030 р. та прагнення до того, щоб до 2025 р. не було відходів, що відправляються на звалища. Корпорація також

має схему «повторного відтворення», згідно з якою клієнти можуть передавати використані конструктори нужденним дітям, а не викидати їх у відходи.

Microsoft – транснаціональна технологічна компанія, відома тим, що надає широкий спектр комп'ютерного програмного забезпечення. В останні роки вона досягла значних успіхів у забезпеченні стійкості, у тому числі вивозила понад 60 000 тонн відходів зі звалищ та фінансувала 20 різних проектів щодо поповнення запасів води у 2020 р.

Поточні цілі Microsoft у сфері сталого розвитку включають повне зниження викидів вуглецю та нульову кількість відходів до 2030 р., а також створення планетарного комп'ютера. «Планетарний комп'ютер» є платформою зі штучним інтелектом на базі хмари Microsoft Azure, яка використовує машинне навчання для аналізу даних з різних джерел. Як зазначає Microsoft, на основі цієї інформації можна буде стежити за змінами в екосистемі та приймати раціональніші рішення щодо використання природних ресурсів. Наприклад, відстежувати зміну розмірів лісів, оцінювати ризики затоплень та багато іншого. Переглянути, оновити або доповнити цю інформацію зможе будь-яка людина на планеті. Партнером Microsoft у створенні «Планетарного комп'ютера» стане Esri, що спеціалізується на геоінформаційних системах [72].

Хоча концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) існує вже кілька десятиліть, її важливість останніми роками зросла, оскільки споживачі стали більш усвідомлювати такі проблеми, як зміна клімату, нерівність доходів, нерівність у сфері охорони здоров'я, несправедливі методи роботи та гендерна нерівність. Як це часто буває, така підвищена обізнаність споживачів призвела до того, що компанії почали застосовувати практику КСВ: за оцінками, 90 % компаній, що входять до індексу S&P 500, опублікували звіт про КСВ у 2019 р. порівняно з лише 20 відсотками у 2011 р.

Щоб уявити це у перспективі, нижче ми розглянемо декілька статистичних даних, пов'язаних із переконаннями клієнтів, співробітників та керівників, які складають економічне обґрунтування корпоративної соціальної відповідальності.

Інвестори та споживачі згодні з тим, що приближення до Цілей сталого розвитку починається з того, щоб великі компанії добре ставилися до своїх співробітників, забезпечуючи справедливу та рівну заробітну плату (див рис 2.7. та 2.8).

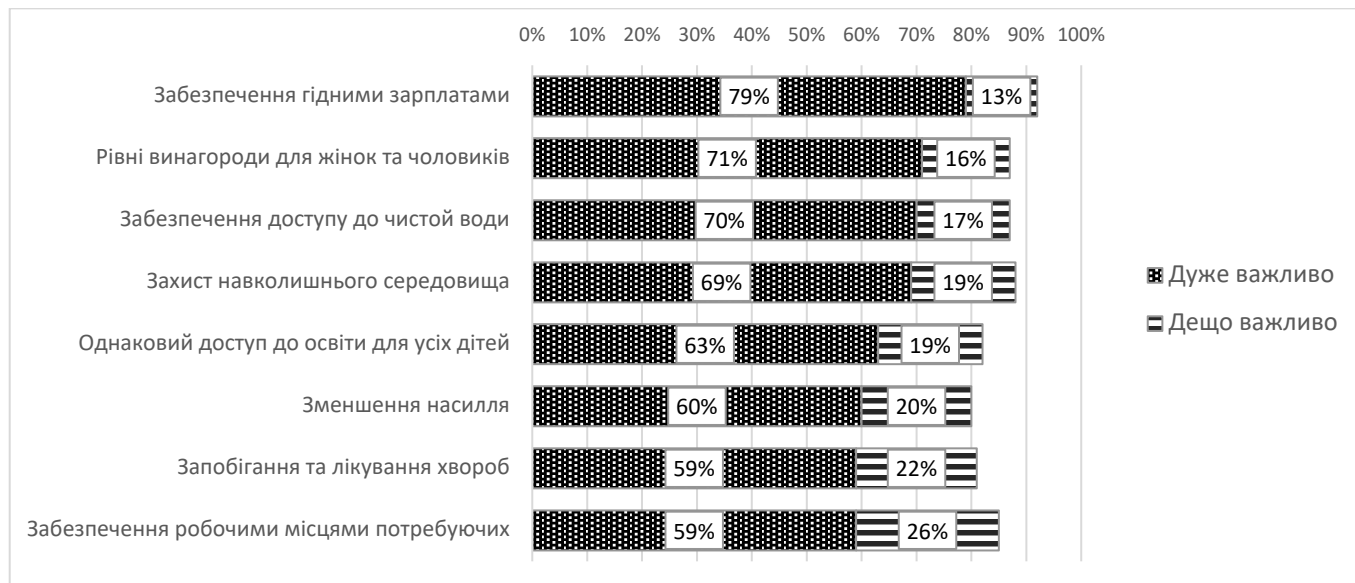


Рис. 2.7. Переконавання споживачів щодо варіантів приближення до Цілей сталого розвитку.

Примітка. Побудовано автором за даними Aflac CSR survey [71].

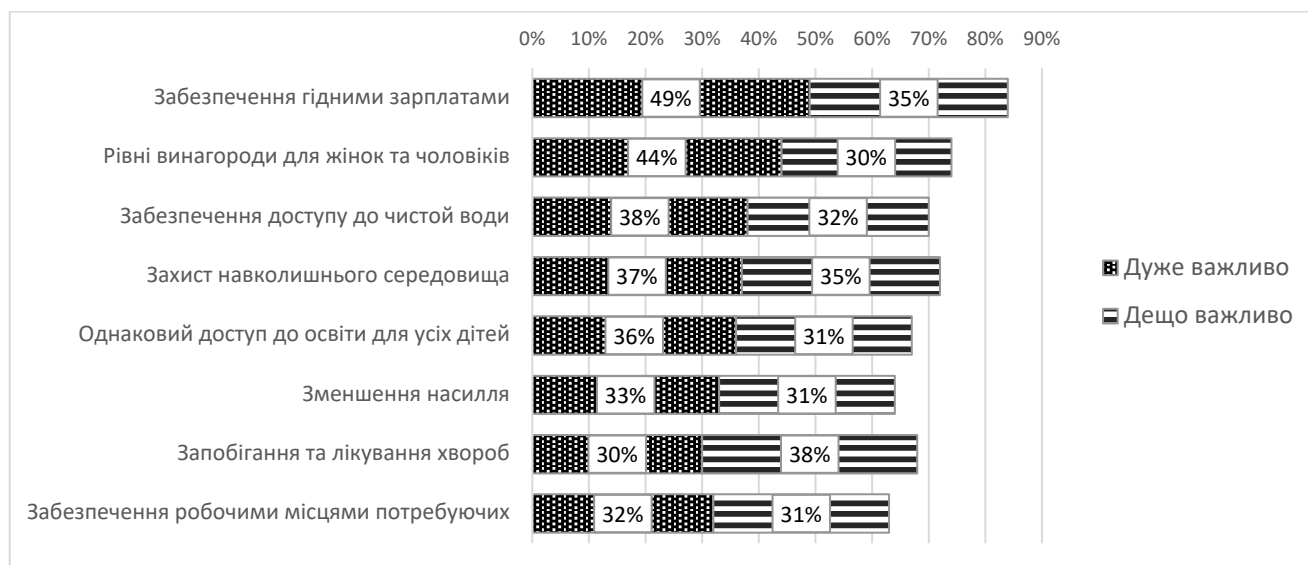


Рис. 2.8. Переконавання інвесторів щодо варіантів приближення до Цілей сталого розвитку

Примітка. Побудовано автором за даними Aflac CSR survey [71].

Більш того, більшість інвесторів згодні з тим, що зусилля компанії щодо покращення суспільства та навколишнього середовища позитивно впливають на прибутковість інвестицій для акціонерів. Майже три чверті (73%) інвесторів згодні з тим, що зусилля компанії щодо покращення суспільства та довкілля позитивно впливають на повернення інвестицій акціонерів. Інвестори-міленіали з набагато більшою ймовірністю будуть повністю згодні з цим тезисом, ніж інвестори покоління X або бумерів.

Споживачі використовують свою купівельну спроможність, щоб притягнути компанії до відповідальності за погану або безвідповідальну поведінку, у тому числі за події, які можуть бути поза контролем компанії.

У таблиці 2.3 зазначені причини та ймовірність того, що споживачі припинять користуватися продуктами та послугами компанії.

Глобальна пандемія внесла багато змін, і необхідність для компаній керуватися підходом, орієнтованим насамперед на спільноти та людей, є лише однією із них.

Таблиця 2.3

Причина відмови від використання продуктів та послуг компанії

Назва причини	Споживачі, що точно відмовляться, %	Споживачі, що ймовірно відмовляться, %	Сумарна кількість споживачів, %
Свідомо продає бракований продукт, який не працює належним чином	65	17	82
Може викликати екологічну катастрофу	55	23	78
Погано ставиться до своїх працівників	53	25	78
Умисно зберігає шахрайську фінансову інформацію	53	24	77
Публікує конфіденційну особисту інформацію клієнтів	52	24	76

Примітка. Складено автором за даними Aflac CSR survey [71].

Для співробітників важливість цього, можливо, навіть сильніша. Більшість (93%) співробітників сьогодні вважають, що зараз, більше, ніж будь-коли раніше, компанії повинні керуватися корпоративною Метою. А це означає, що співробітники розуміють, що бізнес – це не просто отримання прибутку. Фактично, майже 9 із 10 (88%) співробітників вважають, що для компаній більше неприйнятно просто заробляти гроші, що компанії також мають позитивно впливати на суспільство. І в міру цього, співробітники розуміють, що вони є одними з найважливіших зацікавлених сторін, про які має пам'ятати бізнес. Справді, 95% співробітників вважають, що бізнес має приносити користь усім зацікавленим сторонам, а не лише акціонерам.

Для компаній, які дотримуються підходу, орієнтованого на зацікавлені сторони, та залучають співробітників у досягнення своєї мети, переваги будуть численними – не лише з погляду найму та утримання персоналу, а й загальної продуктивності та схильності ділитися історією своєї компанії з іншими ключовими зацікавленими сторонами. Компанії, які використовують такий підхід, будуть винагороджені співробітниками, які більш натхнені (90%), мотивовані (89%) та продуктивні (85%) у роботі. Співробітники також кажуть, що, працюючи у компаніях з великою Ціллю, вони з більшою ймовірністю будуть лояльні (89%) до цієї компанії та рекомендуватимуть свого роботодавця іншим (92%). Нарешті, співробітники відзначають, що вони діляться історією Цілі своєї компанії із клієнтами чи замовниками (90%), надаючи значення Цілі компанії. Все це призводить до появи високо залучених, енергійних співробітників, які віддані місії, цінностям і баченню компанії – і відчувають, що роблять свій внесок, щоб допомогти своїй компанії в їх досягненні (табл. 2.4):

Таблиця 2.4

Дії співробітників компаній зі стійкими Цілями

Назва	Відсоток, %
Рекомендуватимуть свого роботодавця	92

Почуватимуться більш натхненними	90
Ділитимуться Ціллю своєї компанії з гордістю	90
Будуть більш лояльними	89
Будуть більш змотивованими	89
Будуть більш продуктивними	85

Примітка. Складено автором за даними Porter Novelli Tracker [93].

Співробітники, зокрема, добре обізнані про те, як компанії реагують не лише на глобальну кризу в галузі охорони здоров'я, а й на рух за соціальну справедливість, що зростає. Фактично, для багатьох співробітників (66%) такі моменти, як пандемія, змусили їх більше дбати про те, як діє їхня компанія.

У цей момент гіперсвідомості співробітники не ухиляються від проведення власних досліджень та висловлювання своєї думки. Шість із 10 (61%) співробітників повідомляють, що сьогодні вони з більшою ймовірністю, ніж у минулому, вивчать, що робить їхня компанія, щоб бути відповідальною, а ще 55 відсотків кажуть, що пандемія коронавірусу та розмови про расову рівність зробили їх більш критичними по відношенню до того, що їхня власна компанія робить для вирішення цих проблем.

Спалах вірусу COVID-19, який розпочався в Китаї в грудні 2019 р., швидко поширився по всьому світу і був оголошений як пандемія Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) у березні 2020 р..

Така епідеміологічна ситуація спричинила глобальний соціально-економічний зрив, включаючи зупинку заводів та підприємств, обмеження перевезень, перенесення подій, соціальне дистанціювання та тотальний локдаун. Міжнародний валютний фонд прогнозує, що світовий ВВП на початок 2021 р. скоротиться на 3% , що є найгіршим економічним спадом з часів Великої депресії майже століття тому. Крім того, динамічне збільшення кількості пацієнтів, які потребують лікування у спеціалізованих госпіталях, в поєднанні з нестачею медикаментів та обладнання, призвело до переповнення максимальних можливостей системи охорони здоров'я по всьому світу. Організації та підприємства докладають максимальних зусиль, щоб підтримати боротьбу з пандемією, забезпечуючи лікарні та інші спеціалізовані

заклади продукцією, виробничими можливостями, логістичною підтримкою, громадськими послугами та фінансуванням волонтерських програм.

Задля втримання прибутку в умовах загрози для бізнесу, криза змушує керівників шукати конкурентні переваги та вміти їх застосовувати в сучасних реаліях. Розглядаючи детально пріоритетність розподілу зобов'язань КСВ, доцільно розпочати з працівників самих корпорацій. Співробітники – це найцінніший організаційний ресурс в будь-якій компанії, і те, як фірма ставиться до своїх працівників, відображає її результати. Корпоративна соціальна відповідальність перед працівниками може включати різні аспекти, наприклад такі як: безпека роботи, справедлива винагорода та компенсація, охорона здоров'я та безпека, відповідні умови праці, організаційна справедливість, уникнення дискримінації та різноманітності, чесні трудові відносини та колективні переговори, гнучкі умови роботи, навчання, розвиток кар'єри та багато іншого.

Деякі з цих аспектів є більш значущими стосовно ситуації, спричиненої спалахом коронавірусу. Наприклад, очевидно, що безпека роботи, компенсації та охорона праці є дуже важливими в цьому контексті. Огляд цих факторів, а також деякі приклади компаній, які дотримуються такої практики, наведено в наступній таблиці (табл. 2.5):

Таблиця 2.5

Корпоративна соціальна відповідальність в міжнародних корпораціях стосовно співробітників

Компанія	Фактор КСВ
Amazon, Starbucks	Оплачувані вихідні / оплачувані відпустки (повністю або частково)
Lowe's, Walmart, Target, Marriott, DisneyWorld, Tesla, Macy's, Everlane, Sonder, Nissan, Honda	Карантинні виплати, закріплення місця роботи за працівником у випадку виходу в неоплачувану відпустку
Facebook, Google, Microsoft, Apple, Twitter, Amazon	Робота з дому, більш гнучкий графік, телекомунікації
Walmart, TraderJoe's, Apple, Amazon, Instacart, DoorDash, McDonald's, BurgerKing, Kroger	Повністю оплачуваний лікарняний (в декілька періодів)
Coca-Cola, Target, Uber	Захист працівників на робочих

Примітка. Складено автором за даними Venture Beat [103].

Отже, можна зробити висновок, що аспекти КСВ у різних міжнародних компаніях обиралися відповідно до специфіки роботи кожної корпорації окремо. Наприклад, Facebook та Google, які працюють у напрямку інформаційних технологій, мають можливість організувати роботу своїх працівників дистанційно (remote), оскільки їхня присутність на робочому місці не є нагальною. Тоді ж як, наприклад, Tesla та Uber можуть керуватися лише концепцією обмеження скупчення людей на робочих місцях, тобто рестрикція робочих змін, або ж виділити додаткове фінансування на засоби індивідуального захисту для своїх працівників.

Наступна група зацікавлених сторін – це споживачі. Корпоративна соціальна відповідальність перед клієнтами може включати різні аспекти, такі як якість продукції, індивідуальна безпека та безпека для навколишнього середовища, справедлива ціна, якість обслуговування протягом усього життєвого циклу товару, чесна та правдива реклама тощо. Це сприйняття також узгоджується з маркетинговою концепцією сприйманої споживачем вартості, яка пояснює, чому споживачі віддають перевагу одному товару перед іншим, і включає, серед іншого, фактори переваг товару, переваг послуг, грошових витрат та часу. Проте в умовах пандемії деякі з цих аспектів є більш значущими. Наприклад, онлайн-послуги, відстрочка платежів через фінансові труднощі, доставка додому є одними з найбільш важливих питань у цьому контексті. Огляд деяких з цих аспектів, з прикладами компаній, які дотримуються вищенаведених практик, наведено в таблиці 2.6:

Таблиця 2.6

Корпоративна соціальна відповідальність в міжнародних компаніях стосовно клієнтів

Компанія	Фактор КСВ
Фінансові установи: Citi, PNC, KeyBank, JPMorganChase, Bank of America	Відстрочення виплат позик, іпотек; відмова від щомісячної плати за обслуговування тощо
Харчовий бізнес: Lidl, Postmates, Instacart	Безкоштовна доставка продуктів додому, послуга

	безконтактної доставки «під двері»
Туристичні компанії: Airbnb, Expedia, Hilton	Плата за скасування відсутня
Роздрібний бізнес: Walmart, Costco, Target, WholeFoods, DollarGeneral, Publix, Giant	Спеціальний режим роботи для людей похилого віку
Онлайн бізнес: Amazon, Walmart, eBay	Запобігання підвищення цін на товари першої необхідності та засоби індивідуального захисту

Примітка. Складено автором за даними Tech Crunch [97].

Роблячи висновок про соціальну відповідальність бізнесу стосовно клієнтів, можна помітити одну виразну тенденцію: кожна компанія зуміла миттєво відреагувати на пандемію та карантин в залежності від специфіки своєї роботи, а також впровадити нові КСВ-проекти, задля підтримки громадян, адже розвиток та життєвий цикл будь-якого бізнесу знаходиться у прямій залежності від лояльності споживачів та партнерів.

Ще однією важливою групою зацікавлених сторін є громадськість. Корпоративна соціальна відповідальність перед громадськістю може включати безліч аспектів, таких як благодійна допомога громадським організаціям, надання натуральної продукції та послуг компанії, програми навчання використання управлінського досвіду, надання будь-якої допомоги тим, хто цього потребує та багато іншого. Проте, бізнес пристосувався до умов епідеміологічної небезпеки, тому й ряд факторів КСВ зазнав змін. Наприклад, в сучасних реаліях суспільство в більших масштабах потребує медичні товари та деякі окремі харчові продукти, особливо товари першої необхідності.

Існує інший погляд на вивчення КСВ, пов'язаного з пандемією коронавірусу - це вимір ключових компетенцій. Відповідно до погляду на ресурси, корпорації повинні розвивати та підтримувати ключові компетенції, які є унікальними для фірми, і таким чином, використовувати їх для створення конкурентних переваг. Поки фірми розробляють свою соціальновідповідальну продукцію, вони, природно, використовуватимуть свої основні компетенції, щоб максимізувати реалізацію КСВ з оптимальними затратами. План КСВ, який узгоджується з основними компетенціями, дає високі показники прибутковості, а також додатково зміцнює основні компетенції.

Отже, пандемія коронавірусу стала формотворчим періодом, який суттєво вплинув на наше життя та спосіб мислення. Організації та підприємства прикладають зусилля та ресурси для подолання наслідків пандемії, дотримуючись поняття своєї соціальної відповідальності в суспільстві. Корпоративна соціальна відповідальність, стикаючись із великою світовою кризою, дає змогу покращити розуміння найефективніших способів ведення бізнесу, за допомогою яких компанії повинні планувати та практикувати свою соціальну відповідальність.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність наразі – це важлива частина діяльності компанії, її бренду та навіть вартості. Вона впливає не тільки на споживачів, їх відношення до компанії, лояльність та бажання користуватися продуктами чи послугами, але й на інвесторів, їх бажання інвестувати в ту чи іншу компанію, та на працівників, які розглядають великі Цілі підприємства перед тим, як влаштуватися на роботу або ж працюючи там. Пандемія довела, що соціальна корпоративна відповідальність стає важливішою для суспільства з кожним днем.

2.3. Аналіз корпоративних стратегій українського бізнесу в нових реаліях

Сьогодні питанню корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility, CSR) приділяється дедалі більше уваги. Постійно порушуються проблеми соціально відповідальної поведінки бізнесу, його ролі в соціально-економічному розвитку країни, можливості взаємодії із місцевою громадою, компанії готують соціальні звіти, займаються соціальним інвестуванням.

Сьогодні, більшість українських компаній не розуміє, що таке соціальна відповідальність, а тому не спрямовує свою діяльність в цьому напрямку, однак останнім часом актуальність теми КСВ підприємств зростає. Дана тема є досить актуальною зараз і це не дивно, адже відбувається розвиток бізнесу, Україна виходить на європейські ринки, посилюється конкуренція. Всі ці фактори тим чи іншим чином впливають на підприємства. Тож постає питання розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку

українських підприємств, адже мова йде не просто про спонтанну благодійність, а про системну діяльність, вбудовану в усі бізнес-процеси

Деякі результати від ведення бізнесу призводять до екологічних та інших видів проблем. Наприклад забруднення навколишнього середовища, викиди газів у атмосферу, нафтові відходи в моря все це призводить до глобальних екологічних проблем. Однак КСВ — це не тільки про екологію. Головним завданням бізнесу – це знайти золоту середину між своїми економічними і соціальними цілями та намагатися їх поєднати. До корпоративної соціальної відповідальності можна віднести такі дії: безпека праці працівників, розвиток людського потенціалу через освітні програми та програми підвищення кваліфікації, соціальний захист і державні гарантії, реалізація державних соціальних програм, участь у благодійних заходах, стабільність та підтримання соціально значимої заробітної плати та інші. Сьогодні, можна виділити не багато підприємств, які дійсно дотримуються КСВ. Одним з прикладів відомих українських підприємств, які дотримуються КСВ є компанія «Кока&Кола Беверджіс Україна». За підтримки Програми розвитку ООН в Україні та КМДА компанія активно реалізує екологічні програми: в День Зеленої і День Дніпра співробітники компанії займаються очищенням міських парків і берегової лінії річок. У співпраці з державними та недержавними структурами «Кока&Кола» проводить ряд освітніх та екологічних заходів, присвячених Дню Дунаю.

Корпоративна соціальна відповідальність стосується також трудових відносин. В Україні порівняно з зарубіжними країнами вона є набагато гірше розвинута. Система оплати праці в Україні дублює радянську модель, що базувалася на дешевій робочій силі з подальшою компенсацією через суспільні фонди споживання. Також, сьогодні мало уваги приділяють корпоративному навчанню, адже у майбутньому це може стати пріоритетом КСВ в Україні. Чинна система освіти в країні слабо реагує на потреби економіки. За окремими професіями та спеціальностями спостерігається брак кваліфікованих кадрів. Українські підприємства приділяють вкрай мало уваги і підвищенню кваліфікації власних співробітників. Хоча в цілому кількість співробітників, які підвищили кваліфікацію,

в 3-4 рази більше, ніж кількість навчених новим професіям, в деяких видах економічної діяльності роботодавці не практикують ніяких освітніх заходів.

Відсоток українських компаній, які застосовували КСВ, на відміну від багатьох країн світу, був досить низьким, проте ситуація з пандемією змусила значно прискорити розвиток корпоративної соціальної відповідальності на території нашої держави. Після запровадження карантину усі вітчизняні компанії опинилися у важкій економічній кризі. Через скорочення кількості соціальних програм усі довгострокові стратегії розвитку КСВ стали неактуальними і компаніям довелося реагувати досить швидко, аби зберегти власний бізнес. Тому зазначені питання є одними з найбільш актуальних та мало досліджуваних в економічній науці, відтак, вони потребують більш детального дослідження.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу проявила себе як потужний елемент, який викликає довіру до компаній з боку споживачів. Так, організація Nielsen у своєму глобальному звіті про корпоративну соціальну відповідальність зазначає, що понад 70% споживачів в Україні позитивно сприймають ті компанії, які відповідально ставляться до суспільства і навколишнього середовища [82].

Згідно з дослідженням міжнародного кадрового порталу «Рейтинг роботодавців України» 2019/2020, значущість для шукачів критерію «Соціальна відповідальність бізнесу» трохи вище міжнародного статусу компанії, її високотехнологічності, популярності бренду [57].

Карантинні заходи 2020 р. стали справжнім випробуванням майже для всіх світових та вітчизняних компаній. Пандемія COVID-19 змінила глобальний бізнес на «до» та «після». В умовах пандемії бренди позбавились можливості голосно заявляти про переваги своїх товарів чи послуг і змагатися в креативних рішеннях по просуванню. Разом з тим, жодна компанія, яка планує пройти через кризу з мінімальними втратами, не може дозволити собі зараз піти в тінь. Адже як тільки бренд «припиняє говорити», він припиняє існувати.

Саме тому основним маркетинговим інструментом компаній, що дозволяє їм залишатися в інформаційному полі, стала корпоративна соціальна відповідальність. Згідно з дослідженнями агентства CSR Ukraine, 67% репутації компанії — це її

соціальна відповідальність, що підтверджує той факт, що КСВ є одним із ключових показників визнання брендів. Пандемія зосередила увагу на тому, що у виграші залишаються лише ті компанії, які зберігають «людське обличчя», тобто є близькими до суспільства.

Згідно зі статистичними даними першого дослідження КСВ в Україні, оприлюдненими організацією Pro Bono, було сформовано графік річного бюджету, який великі українські компанії виділили на заходи корпоративної соціальної відповідальності у 2020 р. (див. рис. 2.9). Загальна сума на проведення КСВ-проектів серед опитаних 56 компаній великого бізнесу становила 411 млн грн [64].

Проаналізувавши дані рис. 2.9, зазначимо, що у 2020 р. середній річний бюджет на проведення КСВ проектів усіх опитаних компаній склав більше 2,5 млн грн [64]. У 2021 р. даний показник, ймовірно, збільшиться у декілька разів.

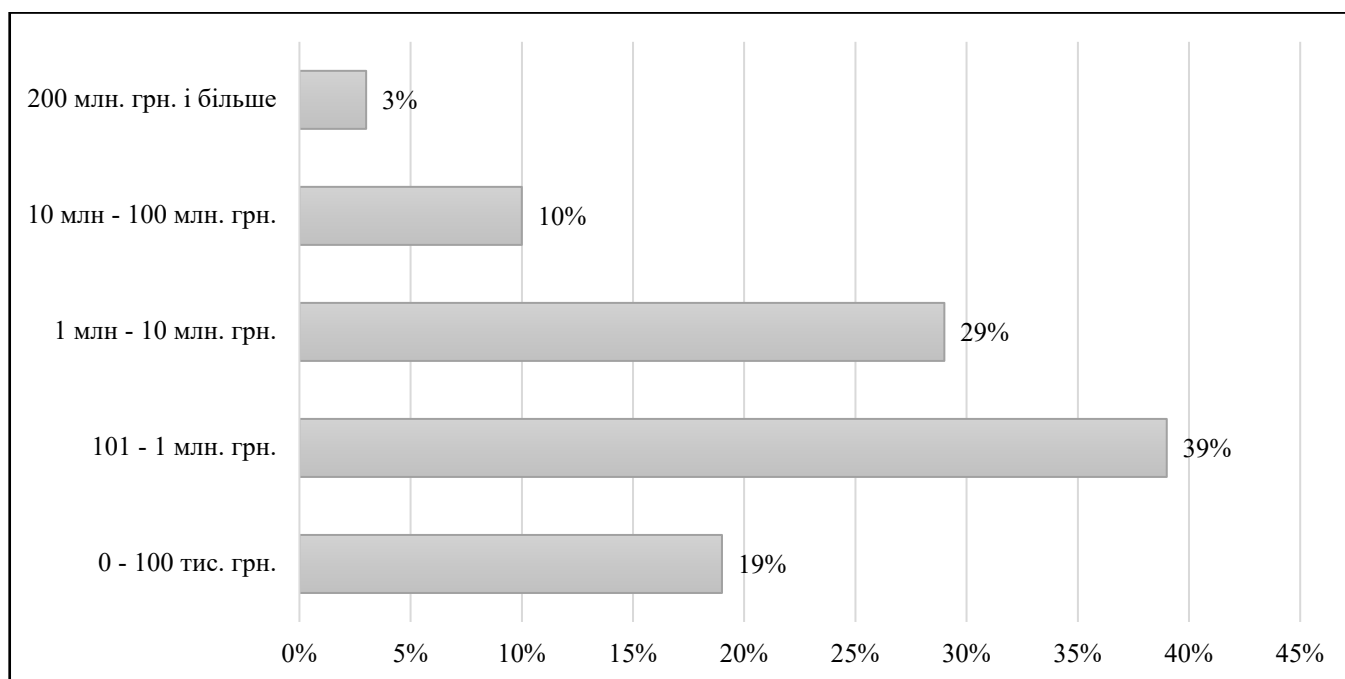


Рис. 2.9. Річний бюджет великих українських компаній на реалізацію КСВ-проектів у 2020 р.

Примітка. Побудовано автором згідно з даними [64].

Спостерігаючи за миттєвою реакцією іноземних компаній, українські підприємства теж швидко реагували на ситуацію і впроваджувати нові КСВ-проекти

з метою підтримки суспільства в короткостроковій та довгостроковій перспективах. Розглянемо досвід, який вітчизняні бренди продемонстрували в період пандемії, реалізуючи власні проєкти соціальної відповідальності (Див. Табл. 2.7.).

Варто також зазначити, що до видів КСВ відноситься не тільки надання зовнішньої допомоги, але й внутрішньої, а саме турбота про працівників. Під час пандемії дуже важливим є покращення умов праці та забезпечення співробітників усім необхідним для комфорту і безпеки праці, проте велика кількість компаній через страхи перед фінансовими труднощами скорочували кількість персоналу. Згідно з даними опитування Спілки українських підприємців близько 48% підприємств звільнили частину працівників через пандемію [62].

Таблиця 2.7

Проєкти корпоративної соціальної відповідальності відомих українських компаній у період пандемії COVID-19

Компанія	Проєкти КСВ
Нова пошта	Виділено 25 млн грн на допомогу клінікам, закуплено обладнання, необхідне у боротьбі з коронавірусом. Створено спеціальний проєкт «Гуманітарна пошта», мета – безкоштовна доставка засобів захисту лікарням та дитячим будинкам
ROZETKA	Компанія у співпраці з Новою поштою, АТБ та благодійним фондом «Життєлюб» організувала доставку продуктів харчування для людей похилого віку, аби вберегти їх від небезпеки під час відвідування магазинів.
Сільпо	Один із найбільших меценатів у боротьби з COVID-19, виділивши 100 млн грн.: було придбано засоби медичного захисту для персоналу лікарень, обладнання для українських лікарень, включаючи апарати штучної вентиляції легень.
Епіцентр	Мережа організувала акцію, в рамках якої спрямовує 1% з обігу на закупівлю обладнання для медичних установ, а також засобів особистого захисту (вже виділено понад 150 млн грн). Передано понад 100 апаратів ШВЛ для лікарень в Україні
ПриватБанк	Найпотужніший банк в Україні виділив понад 1 млн євро для закупівлі обладнання для українських лікарень, у т. ч. апарати ШВЛ. Організовано благодійну програму «Дихай! Разом проти коронавірусу» з метою збору коштів для купівлі медичного обладнання (вже зібрано понад 2 млн грн).
Danone Україна	Компанія передала українським лікарням понад 10 т продукції власного виробництва, а також виділила 500 тис. грн на закупівлю засобів захисту для працівників українських медичних установ.
Укрпошта та Liki24	Поштова компанія та сервіс доставки ліків об'єдналися з метою безкоштовної доставки медикаментів у регіони України.
Uber, Bolt і	Найпопулярніші сервіси виклику таксі в Україні створили акцію підтримки

Uklon	медичних працівників інфекційних лікарень у великих містах України, здійснюючи їх безкоштовне перевезення до та з лікарні.
-------	--

Примітка. Узагальнено автором на основі [62, 63].

Попри таку практику, більшість підприємств турбувалися про співробітників. Так, деякі вітчизняні провідні компанії перенаправили свій персонал у режим віддаленої роботи, що дало можливість зберегти робоче місце та працювати вдома. Решта забезпечували співробітників засобами особистого захисту. У результаті за такої відповідальний підхід компанії отримують лояльність штату, формування HR бренду, повагу в суспільстві в цілому і позитивні згадки в ЗМІ. Яскравим прикладом є українська корпорація Roshen, яка витратила понад 26 млн грн на забезпечення захисту працівників та дистриб'юторів, а також на виплати співробітників протягом періоду пандемії.

Таким чином, період пандемії є досить важливим для розвитку корпоративної соціальної відповідальності у всьому світі, особливо на теренах нашої держави. Такий час невизначеності у сфері бізнесу став справжнім тестом на виживання бізнесу. Одні компанії підвищили ціни в декілька разів, а інші пішли назустріч суспільству, створивши спеціальні програми допомоги, чим стали більш привабливими у довгостроковій перспективі, покращивши власний імідж. Карантинні заходи показали, що саме бізнес може значно сприяти полегшенню життя людей у важких умовах. У результаті проаналізованого досвіду корпоративної соціальної відповідальності в умовах пандемії коронавірусу можна зробити висновок, що після пандемії КСВ ще більше пришвидшить свій розвиток, оскільки все більше фірм та підприємств усвідомлюють, що їх довгострокове виживання та розвиток залежить від досягнення балансу між прибутковістю і гармонією з соціальною відповідальністю.

В Україні також з'явився перший професійний рейтинг корпоративної сталості компаній Sustainable Ukraine – перший професійний рейтинг корпоративної стійкості українських компаній на основі провідних міжнародних практик із фокусом на їхній інвестиційній привабливості [50].

Як зазначають організатори, рейтинг Sustainable Ukraine надає єдину систему ESG-координат для оцінки та порівняння якості корпоративного управління в

компаніях, а також їх здатності позитивно впливати на суспільство, керувати нефінансовими ризиками та можливостями, а також забезпечувати свій сталий розвиток. Крім того, аналіз результатів рейтингу дозволить спрогнозувати вектор сталого розвитку всього українського бізнес-середовища та країни загалом. У рейтингу будуть представлені компанії, які входять до 250 найбільших платників податків України. Вони оцінюватимуться у 4 сферах: фінансово-економічній, екологічній, соціальній та сфері корпоративного управління.

У 2020 р. до рейтингу увійшли компанії з вищезазначених чотирьох сфер: у першій п'ятірці були такі державні підприємства як Енергоатом та Укргідроенерго, агрокомпанія Кернел, міжнародні корпорації Соса-Соса та Соса-Соса (рис. 2.10.):

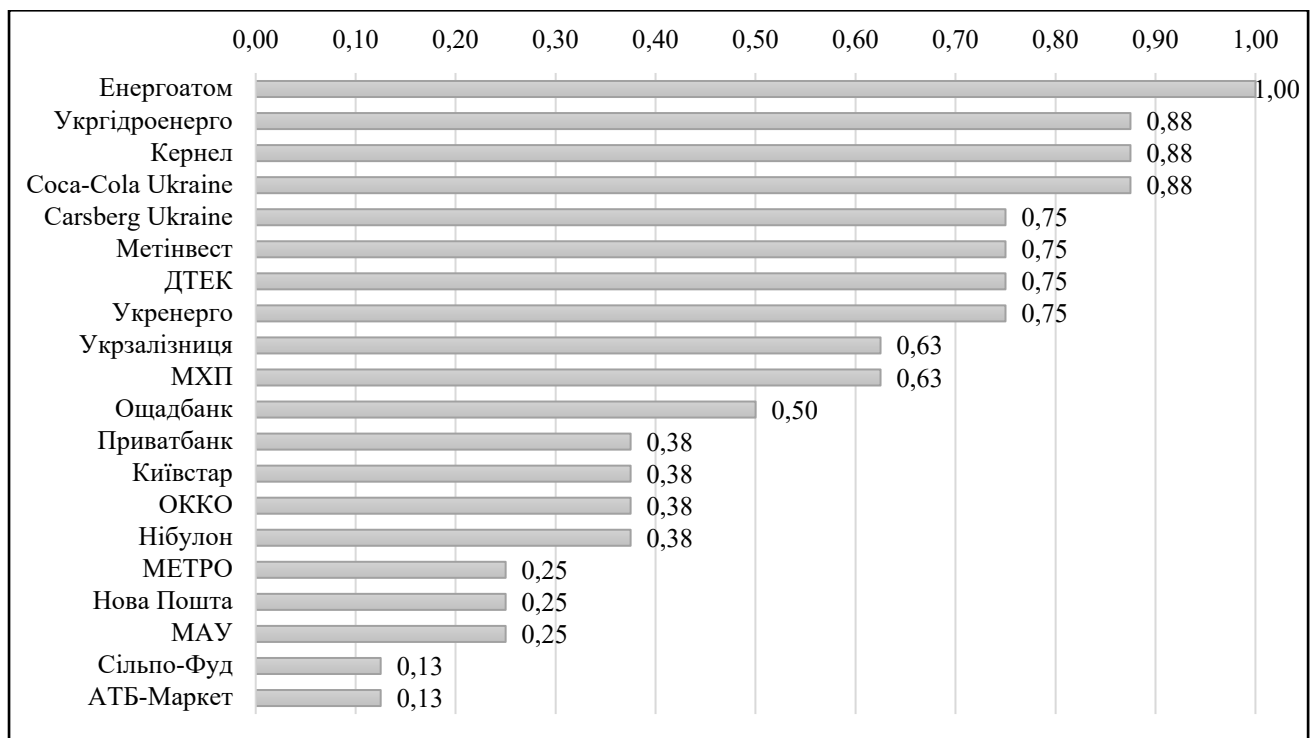


Рис. 2.10. Рейтинг корпоративної стійкості Sustainable Ukraine 2020.

Примітка. Побудовано автором за даними Sustainable Ukraine [50].

Рейтинг має стимулювати позитивні зміни у бізнес-середовищі, через нього – у всій країні, а також надати можливості та нові ринкові інструменти заохочення відповідальної ділової практики, які допоможуть компаніям вибрати шлях сталого розвитку.

МакДональдз – одна з глобальних компаній, яка зробила сталий розвиток складовою своєї стратегії. Йдеться про чотири напрямки впливу на громади: локалізацію виробництва та контроль якості продуктів харчування, зв'язок із громадами, збереження навколишнього середовища, рівність та розширення можливостей.

Одним із ключових питань для компанії є новий підхід до упаковки. Вона повинна перероблятися, а отже, бути створеною так, щоб її було можливо відсортувати та переробити. МакДональдз прийняв глобальне зобов'язання: до 2025 р. всі ресторани мають використовувати усі пакувальні матеріали із сировини, яку можна використати повторно. Всі пакувальні матеріали схвалені Лісовою опікунською радою та Системою сертифікації лісових господарств. Це означає, що заготівля сировини не загрожує біорізноманіттю та не знижує продуктивності та екологічної функції лісів.

В Україні компанія постійно працює над тим, щоб мінімізувати використання пластику – його обсяги та кількість видів. За останні два роки в українських ресторанах паперовими стали склянки для холодних напоїв та упаковка для салатів, упаковки для бургерів та десертів (наприклад, МакФлурі) також замінили на паперові. Пакети для доставки – паперові, виготовлені з перероблених стаканчиків.

Актуальним питанням для компанії є система управління відходами. З вересня 2020 р. в МакДональдз запрацювало тестове сортування відходів у залах. Перші 18 ресторанів у Києві, Львові, Одесі, Харкові та Бучі обладнали сортувальними станціями. Проект виявився успішним. За сім місяців 2,6 млн українців допомогли нам відсортувати та передати на переробку понад 10 000 т упаковки. До кінця цього року компанія планує запуснути процес сортування у всіх ресторанах мережі в Україні. Проект коштував компанії 10 млн гривень, а 10 тисяч співробітників пройшли спеціальне навчання по роботі з відходами.

Відсортовані відходи з ресторанів (з технічних приміщень та залів) потрапляють на сортувальну станцію і вже там вторинну сировину досортують і розподіляють по різних комбінатах. Одноразові стаканчики відправляють на переробку на Зміївську паперову фабрику, папір та картон – на Житомирський

картонний комбінат (з них виготовляють тримачі для напоїв), пластикові та полімерні вироби – на переробні підприємства, де виготовляють труби та пакети для сміття. Кавові відходи додають у брикети, які використовують для опалення будинків.

МакДональдз співпрацює з більш ніж 30 еко-партнерами по всій Україні, які займаються логістикою, збиранням, перевезенням та сортуванням відходів. Ми прагнемо розвивати культуру роботи з відходами у регіонах. Важливим кроком у цьому є створення попиту на продукцію з вторинної сировини: так, щоб одні компанії хотіли віддавати відходи на переробку, а інші мали змогу продавати речі з переробленої сировини [68].

Кожен бізнес-проект має демонструвати своє прагнення знизити негативний вплив на екологію, щоб розраховувати на розвиток та співпрацю з іншими гравцями ринку, зокрема й банками.

Директор з комунікацій та корпоративної соціальної відповідальності UKRSIBBANK BNP Paribas Group Яніна Ольховська розповіла, що з 2017 р. банк повністю відмовився працювати та обслуговувати виробників тютюну. Те саме стосується й видобутку вугілля. Інше завдання компанії – фінансувати саме ті проекти, які дозволять покращити екологічну ситуацію на планеті. Саме фінансування та залучення інвесторів – головний стимул компанії інвестувати у зелену енергетику та навіть інфраструктуру для неї.

У 2019 р. компанія ДТЕК випустила «зелені» облігації на 325 млн євро з терміном обігу п'ять років та ставкою 8,5% річних. За задумом компанії, такі облігації мають залучати інвестиції у розвиток відновлюваної енергетики. «Зелені» облігації створені для тих, хто хоче інвестувати в екологічні проекти та розвивати інфраструктуру.

В іншій компанії Carlsberg готуються купувати карбонові сертифікати та зменшувати рівень безвідповідального використання ресурсів. У 2015 р. було прийнято стратегію «4 нуля», яка покриває період з 2015 по 2030 рік. «4 нуля» – це нульовий вуглецевий слід, нуль втрат води, нуль безвідповідального споживання, нуль нещасних випадків на виробництві. У кожному з напрямків у компанії є КРІ.

Наприклад, викиди вуглецю з 2015 р. до 2030 р. глобально планується знизити на 39%, втрати води на 18%. Відповідно все це транслюється у локальні KPI, які є для всіх країн, у тому числі і для України. За словами CEO Carlsberg Євгена Шевченко, співробітники компанії долучаються і до соціальних проєктів. Щосені вони оминають торгові точки та нагадують продавцям, що неприпустимо продавати алкоголь неповнолітнім.

У травні цього року концерн BASF підписав угоду з енергетичною німецькою компанією RWE та планує будівництво нової морської вітряної електростанції, яка вироблятиме екологічну енергію для виробничого майданчика компанії. Компанія підтримує циркулярну економіку, оскільки для неї важливо як люди споживають ресурси і як утилізуватимуть те, що виходить в процесі виробництва. У BASF вже є технологія, спеціальна програма для переробки пластику ChemCycling, реалізована разом з технологічними партнерами, які займаються збиранням пластикових відходів та їх утилізацією. В цьому процесі виробляється так звана піролізна олія. Вона вже використовується на виробничих майданчиках для того, щоб виробити нові матеріали та нові продукти, які за своїми властивостями нічим не відрізняються від тих продуктів, які виготовлені з покупної сировини. Щодо гендерної рівності, то до 2030 р. компанія планує зробити так, щоб 30% жінок були на керівних посадах. На кінець 2019 р. цей показник становить 15,8%.

У компанії Danone напрями сталого розвитку обирають працівники. Для цього проводять опитування і навіть роздають по одній акції компанії кожному, хто працює. Кожен працівник отримав одну акцію компанії, тобто він став співвласником, отримав певну відповідальність і можливість впливати на прийняття рішень. Інший дієвий інструмент – опитування під назвою «Один голос». З першого опитування в компанії побачили дуже високу залучення співробітників, яка склала понад 90%.

Під час останнього опитування з'ясувалося, що понад 50% респондентів працівників обрали важливий пріоритет – вони хочуть впливати на здоров'я людей у тих регіонах, країнах, містах, де присутня компанія. І саме тому є багато інновацій,

спрямованих на здоров'я. Можна помітити велику кількість продукції без доданого цукру, яка доповнена вітамінами, мінералами, пробіотиками.

Компанія Vorjomi працює над збереженням популяції рисі в Україні. Бренд позиціонує себе як екологічно відповідальний бізнес та реалізує проекти у тому регіоні, де працює. А саме у Карпатах. Компанія має потужну програму захисту екосистеми Карпат та загалом природи України. Велика мета – збереження карпатських лісів, оскільки це місце народження води Моршинська. За сприяння компанії висадили 100 тисяч дерев, а нещодавно перейшли до тварин. За словами Head of CSR в Vorjomi Марина Соловйова, було проведено масштабне голосування, щоб серед 10 тварин обрати одну, яка найбільше потребує допомоги. Вибрали рись. Ця тварина є символом Карпат, вона асоціюється з Карпатами. Таким чином стартувала велика програма «Збережи рись». У Моршині встановили триметрову скульптуру рисі як нагадування людям, що вони є співмешканцями з цією твариною. Для визначення того, хто готуватиме скульптуру, провели конкурс серед художників із призовим фондом та визначили переможця.

Також у рамках проекту придбали 30 фотопасток, вперше розробили програму збереження рисі та створили правила поводження з цими тваринами. Наразі працюють над створенням карти присутності рисі в Україні. Проект триватиме до 2022 р.. Розпочали його у 2019 р., коли в Україні налічувалося близько 500 особин рисі.

Ще одним прикладом запровадження стійкості може бути міжнародна компанія цифрових технологій GlobalLogic, що займається екологією Карпат. Екологічний проект розпочався з особистого інтересу інженерів компанії, які регулярно ходять у гори. Під час походів вони часто зустрічали великі купи сміття. Прибрати їх фізично не вистачало сил. Але при цьому є люди, які цілеспрямовано ходять у гори, щоб прибирати сміття. Інженери компанії прийшли до керівництва запропонували вирішити її глобально, створивши мобільний додаток. Додаток, який розробили в GlobalLogic, можна завантажувати безкоштовно. Він працює як онлайн, так і офлайн, і має два варіанти використання.

Перший: турист під час походу, коли бачить гору сміття може ставити крапку на карті, позначаючи локацію. Таким чином він повідомляє іншим користувачам, де саме знаходиться це сміття.

Другий варіант: той, хто хоче зробити добру справу та прибрати гори від сміття, може відкрити програму та побачити всі локації. Потім вибрати найближчу до свого маршруту та зібрати сміття [65].

Дослідження Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА) [54] показало, що майже всі українські підприємства орієнтуються на ЦСР своєї діяльності. Українські компанії оцінюють поточний стан впровадження Цілей сталого розвитку у країні на рівні 3,17 бала із 5 можливих. При цьому внесок бізнесу у досягнення ЦСР оцінюється у 3,58 бала. У стратегічних документах держави сталий розвиток враховано на 2,75 бали.

Такі дані наводяться у дослідженні «Індекс сталого розвитку 2021», підготовленому ЄБА спільно з НАК «Нафтогаз України» та Київським національним торговельно-економічним університетом.

Про орієнтацію на сталий розвиток більше половини компаній звітують у своїх нефінансових звітах. Водночас шістьма основними цілями для українського бізнесу в порядку пріоритетності є такі:

- відповідальне споживання та виробництво;
- якісна освіта;
- захист та відновлення екосистем суші;
- доступна та чиста енергія;
- скорочення нерівності;
- промисловість, інновації та інфраструктура.

Водночас, Міністерство економіки вважає цілі «Скорочення нерівності», «Промисловість, інновації та інфраструктура», «Захист та відновлення екосистем суші» практично недосяжними. Опитані компанії вважають, що екологічні питання найменш враховані у держполітиці. Це означає, що внесок бізнесу у просування цих цілей матиме ключове значення їхнього виконання лише на рівні країни.

Серед найпоширеніших проектів із сталого розвитку опитані виділили:

- роздільний збір сміття та безпечну утилізацію відходів;

- співробітництво з університетами та розвиток дуальної освіти;
- висаджування дерев;
- програми енергоефективності;
- соціальну та професійну інтеграцію людей з інвалідністю та ін.

Майже всі компанії здійснюють фінансування проектів зі сталого розвитку. У тому числі 27% – у розмірі від 1 до 10 млн. грн. на рік, а 21% – від 10 до 100 млн. грн. на рік. Більшість таких інвестицій здійснюються переважно компаніями паливно-енергетичного комплексу та сфери ІТ та телекомунікацій. Половина респондентів наголосили, що планують нарощувати інвестиції у сталий розвиток. При цьому чим більше сума річних інвестицій, тим більше нефінансових звітів готують компанії і, як наслідок, покращують свою ділову репутацію та отримують доступ до іноземного фінансування.

За даними дослідження, основними бар'єрами для проходження ЦСР є регуляторні перепони, недостатнє фінансування, низький рівень експертизи та поінформованості, а також відсутність спеціального структурного підрозділу в цьому напрямі. За оцінками більшості респондентів, стимули для поліпшення прогресу реалізації ЦСР потрібні як бізнесу, так і державі, і часто вони взаємопов'язані. Також важливим є надання консультаційної підтримки для бізнесу з імплементації Цілей у господарську діяльність.

Таким чином, Україна має переймати успішний досвід європейських країн, але не копіювати його. Якщо в Норвегії чи Данії працює певна система, то це не означає, що вона запрацює на українському ринку. Стійкий розвиток в Україні буде вдосконалюватися паралельно з культурою, економікою, політикою. Неможливо так, що в одній сфері все ідеально, а всі інші страждають від проблем. Компаніям важливо вибудовувати роботу на основі принципів сталого розвитку саме заради операційної ефективності, зокрема зменшення витрат. А також підвищення капіталізації, нових інвестицій, виходу на нові ринки та формування екосистеми. Сталий розвиток – це про цінності та об'єднання. А користь від цього явища у довгостроковій перспективі отримають усі: планета, люди та бізнес.

Висновки до розділу 2

У сьогоднішній більшість бізнесів світу намагаються працювати відповідально по відношенню до навколишнього середовища та своїх співробітників, проте не у всіх це виходить. Соціальна ліцензія компанії допомагає їй розібратися у тому, як вона сприймається своїми співробітниками та громадськістю.

Також багато інвесторів зараз приймають свої рішення про інвестування на базі комплексу ESG ризиків. Тобто, вони обиратимуть більш охочіше компанії, які притримуються Цілей сталого розвитку та наближаються до зеленого підприємництва. Такі компанії мають успіх ще й серед споживачів, адже більше 70% зазначають, що обиратимуть підприємства, які поводяться відповідально.

Для того, щоб компанії змогли імплементувати ЦСР до своїх бізнес планів, їм слід чітко поставити собі цілі, визначити свої КРІ, створювати можливості для бізнесу та вимірювати свій успіх проводячи роботу над помилками.

Корпоративна соціальна відповідальність – є ще одним сучасним показником рівня відповідальності бізнесу. Вона може бути екологічною, етичною, філантропічною та економічною. Наразі все більше компаній намагаються переходити на сталі методи виробництва та ведення бізнесу, через що привертають увагу суспільства та завойовують більше споживачів.

Український бізнес не є винятком. Як міжнародні компанії з філіями в Україні, так і локальні підприємства також намагаються тримати планку та відповідати викликам сучасності. Наприклад, більшість компаній витрачає все більше коштів на екологічні та соціальні питання в рамках сталого розвитку. Найбільше ініціатив проводиться у вигляді сортування сміття, висаджуванні дерев, співробітництва з університетами та програм енергоефективності.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ДО «ЗЕЛЕНОГО» ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

3.1. Проблемні аспекти адаптації корпоративних стратегій та їх реалізація в сучасних умовах ведення міжнародного бізнесу

Стійкий розвиток – ключова тема нашого часу, що каталізується фундаментальними соціальними та технологічними змінами. Щоб отримати вигоду зі стійкості, компанії повинні переосмислити свою стратегічну перспективу та систематично перетворити її на чіткі показники та конкретні дії, які створюють цінність. Це серйозна проблема для компаній, але також вона відкриває нові можливості для організаційного розвитку. Далі описано три основні аспекти, із зазначенням проблем та можливостей для кожного.

Хоча зміни можуть спочатку здаватися небезпечними, за наявності відповідних стратегій та ефективного управління вони можуть надати імпульсу організаційним перетворенням і, зрештою, відкрити нові можливості для бізнесу. Незважаючи на те, що стійкість має багато позитивних наслідків для бізнесу, насправді реалізувати ці зміни також може бути непросто. Ось деякі з найсерйозніших перешкод, з якими стикаються підприємства, особливо малі, при спробі стати стійкішими (див. рис. 3.1):

1) Нестача ресурсів. Деякі компанії не думають, що мають необхідні ресурси, а саме час і гроші, для правильної та ефективної реалізації стратегій сталого розвитку. Однак не обов'язково одразу ставати «зеленим» бізнесом. Сонячні панелі, сертифікат LEED для будівлі та матеріали з екологічно чистих джерел – не єдині заходи, які може вжити бізнес. Бізнес може почати з малого і внести доступні зміни, що набагато краще, ніж взагалі нічого не робити. Пізніше, у міру того, як компанія продовжить скорочувати витрати, вона зможе дозволити собі більші зміни.

2) Незалучений персонал. Будь то вище керівництво чи співробітники, може бути складно насправді реалізувати будь-які ініціативи у сфері сталого розвитку, коли інші люди в організації не підтримують їх, не ставляться до них серйозно чи не переймаються взагалі. При створенні ініціатив необхідно долучати всіх внести свій внесок. Є велика ймовірність, що в деяких співробітників та менеджерів виникнуть власні ідеї та проблеми. Можна розглянути можливість створення стимулів – наприклад, корпоративних вечірок та нагород – та додавання гейміфікації до досвіду. Деяким незацікавленим співробітникам потрібно, щоб їхні ідеї були визнані, розглянуті та реалізовані, якщо вони є життєздатними, тоді як іншим потрібна зовнішня мотивація для участі.

3) Нездатність оцінити успіх. Неможливо зрозуміти, чи варті зусилля компанії, якщо вона не може точно виміряти результат. Замість того, щоб турбуватися про те, що роблять конкуренти, компаніям необхідно робити те, що має сенс саме для своєї організації. Наприклад, коли справа доходить до екологічності, Кім Дюрант із Chron зазначає, що «логічною відправною точкою є сировина, яку компанія використовує для своїх продуктів чи послуг». Але якщо компанія пропонує програмне забезпечення як послугу, її сировина – це комп'ютери, електрика та офісне обладнання, необхідні для створення програмного забезпечення. Вона має ставити собі запитання, чи можна купувати комп'ютери у екологічно чистих виробників та утилізувати старі? Чи можна купувати екологічно чисту електроенергію? Чи можна купити оргтехніку із перероблених матеріалів? Можливість досягнення успіху саме в цих напрямках буде мірою успіху для такої компанії.

Для інших підприємств важливо збирати дані про витрати та продажі та порівнювати їх з результатами після реалізації ініціатив у галузі сталого розвитку. Якщо продажі не покращилися, можливо, було недооцінено цінність компанії як сталого бізнесу для споживача [77].

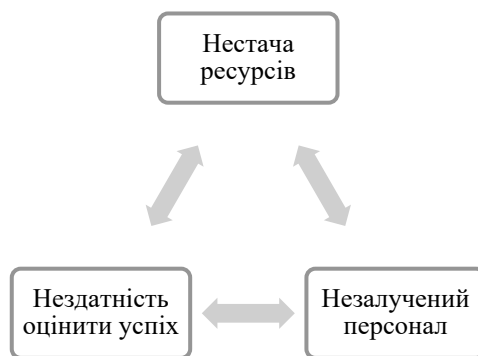


Рис. 3.1. Перешкоди для малого бізнесу на шляху до стійкого підприємництва
Примітка. Побудовано автором за даними [77].

Для великих міжнародних корпорацій окрім вищезазначених викликів, можуть існувати й інші. Деякі компанії доклали зусиль, щоб стати більш екологічно чистими, які також відомі як «зелені». Причини переходу до «зеленого» підприємництва можуть включати покращення зв'язків із громадськістю, вихід на зростаючий зелений ринок або навіть те, що компанія може просто вважати правильним кроком для захисту навколишнього середовища. Екологізація компанії може включати зміни, спрямовані на зменшення викидів парникових газів, використання більш безпечних, нетоксичних хімікатів у продуктах, захист екосистем або все вищезазначене. Однак корпорації можуть мати ряд недоліків від того щоб ставати екологічними. Екологічність допоможе захистити природні системи Землі, але для підприємств це часто означає додаткові витрати, які важко покрити.

Можна виділити такі недоліки для інтернаціонального бізнесу при переході на сталі принципи (Див. Рис. 3.2):

1) Висока вартість переходу. Початковий перехід на «зелене» підприємництво може виявитися дорогим для корпорації. Наприклад, перехід на сонячну енергію спричинить необхідність встановлення сонячних панелей на бізнес-об'єктах. Зниження витрат на енергозбереження за допомогою переходу на екологічність не завжди є достатнім для компенсації початкових витрат. Однак у деяких регіонах надаються податкові пільги, які можуть допомогти компаніям компенсувати витрати на перехід.

Навіть зміна постачальників енергії – скажімо, покупка вітрової електроенергії, а не звичайної електроенергії від електростанції, що працює на нафтохімічному паливі, – може означати сплату надбавки за джерело зеленої енергії.

2) Підвищення цін на продукти. У деяких випадках перехід на використання екологічно чистих матеріалів може призвести до збільшення витрат на виробничий. Виробник меблів, який змінює постачальників та купує лише деревину, виготовлену екологічно чистими методами, швидше за все, буде змушений платити за матеріали вищу ціну. Більші витрати або повинні бути перекладені на клієнтів у вигляді вищих цін, або повинні бути погашені за рахунок компанії в умовах меншої норми прибутку від продукції.

3) Перехід на «paperless» формат означає ризики, пов'язані з даними. Для деяких компаній найпоширенішим методом екологічної політики є мінімізація або навіть відмова від використання паперу. Це може мати деякі недоліки. Наприклад, якщо співробітники втрачають або стають жертвами крадіжки портативних комп'ютерів, конфіденційна інформація, яка зазвичай зберігається в закритому паперовому файлі, може потрапити до чужих рук. Якщо компанії не будуть належним чином створювати резервні копії комп'ютерних файлів, системний збій може виявитися катастрофічним. Паперові записи, хоч би якими давніми вони не здавалися, як і раніше, служать цінним резервним копіюванням електронних документів, які домінують у веденні документації в сучасну епоху.

4) Реакція клієнтів. Коопорації можуть навмисно або ненавмисно робити неправдиві заяви про екологічну безпеку своєї продукції – цей процес відомий як «зелене промивання». Наприклад, продукт, на якому зазначено, що він «не містить доданих хімікатів», може бути розкритикованим за вибір такого формулювання, оскільки навіть натуральні інгредієнти складаються з хімічних речовин. Якщо споживачі дізнаються, що компанія займається грінвошингом – «зеленим» піром, це може завдати шкоди її репутації [99].



Рис. 3.2. Ризики переходу на «зелене» підприємництво для ТНК

Примітка. Побудовано автором за даними [99].

Іноді бути екологічним може бути легким і вартим заняттям у бізнесі. Турбота про соціальну відповідальність може збільшити прибуток, оскільки споживачі шукають більш екологічні продукти харчування та товари для дому і готові розлучитися з великими сумами грошей, щоб підтримати особисті переконання. Крім збільшення доходів, репутація корпорації може збільшуватися у міру того, як покупці досліджують покупки та діляться інформацією про передову практику кращих брендів із друзями та сім'єю.

Грінвошинг (англ. greenwashing) – це явище, за якого компанія або організація витрачають більше часу і грошей на те, щоб рекламувати себе як екологічно чисті, ніж мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище. Це оманливий рекламний прийом, покликаний ввести в оману споживачів, які воліють купувати товари та послуги у екологічно свідомих брендів.

Еколог Джей Вестервельд запровадив термін «грінвошинг» у 1986 р.. У цьому есе він розкритикував рух готельної індустрії «зберіжіть свій рушник» за те, що він впливає на екологічну чутливість гостей. Хоча цей рух був замаскований для гостей під виглядом допомоги готелям зберегти воду і врятувати планету, він по суті лише скоротив витрати на правльні послуги для готелю і мав мінімальний вплив на обсяги використання води.

«Зелений» піар змінився за останні 20 років, але, безумовно, все ще існує. У міру того, як світ все більше і більше дотримується екологічно чистих методів,

корпоративні суб'єкти стикаються з потоком судових позовів через екологічні ствердження, що вводять в оману.

У лютому 2017 р. Walmart заплатив 1 млн. дол. США, щоб зупинити позови про захист навколишнього середовища, в яких стверджувалося, що найбільший у країні роздрібний торговець продавав пластик, що помилково рекламується як екологічно відповідальний. Закон штату Каліфорнія забороняє продаж пластмас з маркуванням «компостовані» або «біорозкладні», оскільки представники природоохоронних органів визначили, що такі твердження вводять в оману, не заявляючи при цьому, як швидко продукт розкладатиметься на звалищах.

Однак, є безліч чудових компаній, які розповідають світові свої історії про успіхи у досягненні Цілей сталого розвитку та «зеленого» підприємництва. Звісно є багато методів для покращення. Брендам та бізнесам слід уникати таких тармінів як «100% еко продукт» або «повністю переробляється» та вкладати кошти в навчання своїх маркетологів етиці «зеленого» брендингу [107].

Прагнучи досягти своїх цілей з нульовим викидом вуглецю, ТНК посилюють тиск на своїх постачальників у ланцюжках поставок, щоб вони стали більш стійкими, при цьому компанії, що базуються на ринках, що розвиваються, стикаються з найбільшою проблемою.

Близько 64% ТНК вважають, що постачальники на ринках, що розвиваються, боротимуться більше, ніж постачальники на розвинених ринках, за досягнення своїх цілей зі скорочення викидів, а ще 57% готові замінити постачальників на ринках, що розвиваються, постачальниками на розвинених ринках, щоб полегшити перехід.

ТНК стурбовані тим, що постачальники на ринках, що розвиваються, не встигають за ними з двох ключових причин: недостатні знання та неадекватні дані. Близько 56% ТНК вважають, що брак знань у постачальників на ринках, що розвиваються є перешкодою для декарбонізації. Оскільки багатонаціональні корпорації борються з якістю даних, дві третини використовують вторинні джерела даних, щоб заповнити прогалини, які залишилися після опитувань щодо викидів постачальників. Ще 46% кажуть, що недостовірні дані від постачальників перешкоджають скороченню вуглецевих викидів [76].

За даними міжнародного фінансового конгломерату Standard Chartered поточний підхід, який застосовують ТНК, може створити можливість доданого прибутку на 1,6 трлн. дол. США для суспільства з нульовим рівнем викидів: ці підприємства скорочують викиди відповідно до планів ТНК з нульовим рівнем викидів.

Це являє собою відмінну можливість для постачальників, орієнтованих на вуглецеву нейтральність, на 12 ринках, про які йдеться в таблиці 3.1., але також дозволяє кількісно оцінити потенційні збитки для компаній, які не використовують перехід на політику нульових викидів.

ТНК також готові витратити більше на вуглецево-нейтральні продукти та послуги. Близько 45% заявили, що сплачуватимуть надбавку у розмірі в середньому 7% за продукт чи послугу від постачальника з нульовим рівнем викидів.

Таблиця 3.1

Можлива кількість прибутків від переходу постачальників ТНК на вуглецеву нейтральну модель виробництва

Ринок	Щорічна сума можливих прибутків, млрд. дол. США
Китай	512,3
Індія	273,7
Гонконг	205,5
Сінгапур	146,6
Південна Корея	142,5
ОАЕ	119,6
Малайзія	65,3
Нігерія	34,3
Південна Африка	33,7

Примітка. Складено автором за даними Standard Chartered [51].

Підсумувавши, можна сказати, що хоча й сталий розвиток та «зелені» методи ведення бізнесу стоять на порядку денному для усіх бізнесів, як великого так і малого, існують значні перепони у їх досягненні. Одні стикаються з такими

проблемами як нестача ресурсів на підприємствах для «зелених» ініціатив, байдужість персоналу, складнощі з вимірюванням успіху, інші переймаються питаннями вартості та ефективності переходу на сталий шлях розвитку, реакцією своїх споживачів та підвищенню цін на свої продукти та послуги. Багато ТНК також бажають змінити ланцюжки своїх поставок, використовуючи послуги постачальників з нульовими викидами вуглецю, проте переймаються тим, що такі постачальники з країн, що розвиваються, які мають меншу вартість на свої товари, можуть не відповідати цим вимогам.

3.2. Можливості покращення дотримання Цілей сталого розвитку бізнесами світу та позитивний ефект на міжнародну спільноту

Немає сумнівів, що багатонаціональні корпорації повинні бути частиною рішення для колективного досягнення п'яти принципів ЦСР: люди, процвітання, планета, мир і партнерство. Участь ТНК має перетворитись на працездатну модель стратегічного партнерства за участю багатьох зацікавлених сторін, що інтегрує ЦСР у їхній основний бізнес, тому це вигідно як для ТНК, так і для всього світу. Відповідальна ділова практика – це питання не тільки блага для планети, а й виживання корпорацій, оскільки інвестори та споживачі приймають рішення на користь компаній, орієнтованих на сталий розвиток. Можна виділити такі 5 способів, якими транснаціональні корпорації можуть розширити свій вплив на досягнення ЦСР (рис. 3.3):

1. Наявність CEO, який твердо вірить у ЦСР як частину довгострокової стратегії. Це десятиліття вимагає, щоб лідери, які стоять біля керма найвпливовіших у світі компаній, прийняли ЦСР цілісним чином та максимально інтегрували їх у свої бізнес стратегії. Тільки 21% генеральних директорів повідомляють про свій внесок у досягнення ЦСР, але 70% із них згодні з тим, що це має бути зроблено. Світові потрібні генеральні директори, дії яких відповідають їхнім переконанням, особливо коли до 2030 р. потенційні можливості для бізнесу становлять близько 12 трлн. дол. США на рік та на кону понад 350 млн. нових робочих місць.

2. Внести ключові показники ефективності до системи показників генерального директора. Неможливо просто сподіватися на далекоглядних керівників. Корпоративне управління може забезпечити ефективну практику сталого розвитку, додаючи відповідні ключові показники ефективності до карти оцінки генерального директора. Таким чином, CEO будуть схильні прийняти це зобов'язання, оскільки вони приносять користь своїм зацікавленим сторонам, не роблячи при цьому швидких результатів у наступному кварталі.

Пол Полман висунув на новий рівень Unilever, діючи, виходячи зі свого переконання, що «ЦСР забезпечують довгостроковий бізнес-план світу, ставлячи на перше місце людей і планету». Через десять років після запуску Плану сталого розвитку життя Unilever, бренди сталого розвитку забезпечили 75% зростання усієї корпорації.

3. Мати головного директора зі сталого розвитку (CSO – Chief Sustainability Officer), який підпорядковується безпосередньо генеральному директору та очолює цілеспрямовану стратегію сталого розвитку, що включає цілі, пов'язані з ЦСР. Забезпечення повної прихильності вищого керівництва справі реалізації Цілей допоможе уникнути їх невиконання. Такий підхід забезпечує те, щоб за ЦСР не відповідали різні дрібніші відділи (наприклад, маркетинг, виробництво, HR), як зазначено в недавньому дослідженні, присвяченому пробілам у реалізації Цілей сталого розвитку.

4. Поставити щонайменше дві ключові цілі, що виходять за рамки прямого контролю ТНК. Тут мета полягає в тому, щоб уникнути вузького ухвалення ЦСР та провадження «легких» цілей у свої корпоративні стратегії, які дозволяють «вести звичайне життя», також відоме як «вибір вишні», або ж вибіркоче забезпечення фактами. Для того, щоб багатонаціональні корпорації брали участь у Десятилітті дій (Decade of Action), їм необхідно розробити стратегії, що виходять за межі їх безпосереднього контролю, для відповідальних методів ведення бізнесу, що забезпечують найбільший вплив. Зрозуміло, що це коштує вкладених коштів, але вже відомо, що для цього просто потрібні керівники, які знають як це зробити.

5. Призначення по позицію директора зі сталого розвитку лідера, який прагне розвитку стратегічного партнерства. Перетворювальні зміни будуть досягнуті лише тоді, коли компанії співпрацюватимуть в різних галузях та секторах. Світовий економічний форум надає урядам та бізнесу глобальну можливість налагодити ефективні партнерські відносини для реалізації порядку денного у сфері сталого розвитку. Проте проблема налагодження складних партнерських відносин обмежує приватний сектор, коли справа доходить до досягнення ЦСР на різних рівнях. Лідер, відповідальний за підтримку стратегії сталого розвитку ТНК, повинен прагнути до створення складних партнерських відносин із зацікавленими сторонами, що виходять за межі вузької сфери впливу [106].

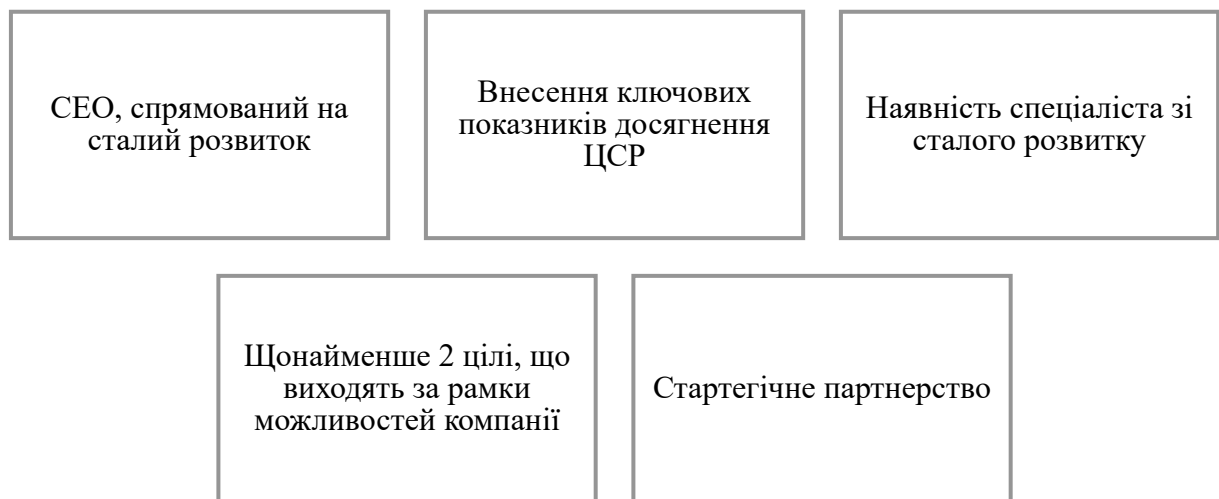


Рис. 3.3. Способи покращення досягнення Цілей сталого розвитку для бізнесу
Примітка. Побудовано автором за даними WEF [106].

Тепер розглянемо деякі можливості для бізнесу в аспекті покращення виконання та дотримання Цілей сталого розвитку по окремоті за деякими цілями. Наприклад, за інформацією видання *seventeen goals magazine* [52], для приближення до Цілі 1 – Викоренення бідності – компаніям пропонується встановити в холі свого офісу «ящик щастя», куди співробітники при гарному настрої зможуть кидати по 1 дол, або скільки захочуть, а під кінець року передати ці кошти на благодійність у місцеву неурядову організацію (НУО).

Для збільшення шансів досягнення Цілі 3 – гарне здоров'я та благополуччя – можна було б запровадити безкоштовні консультаційні послуги. Інші ідеї, такі як організація занять йогою або семінарів з питань здоров'я, можуть бути популярними серед співробітників та корисні для боротьби зі стресом, пов'язаним із роботою.

За даними Humanium.org [53], понад 72 мільйони дітей не відвідують школу. Компанії можуть допомогти в цьому, віддавши годину робочого часу своїх співробітників на онлайн-уроки для дітей із неблагополучних сімей у різних країнах. Багато міжнародних НУО пропонують можливість викладати базові курси, такі як англійська, математика або природничі науки, і це може бути цікавим способом для багатьох людей поділитися своїми знаннями. Такий спосіб пропонується задля приближення до Цілі 4 – якість освіти.

Щодо Цілі 5 – гендерна рівність – то компанії можуть забезпечити гендерну рівність на робочому місці:

- а) виплачуючи однакову заробітну плату за однакову посаду, з однаковою кваліфікацією та досвідом;
- б) наявність антидискримінаційної ради, в якій представлені як чоловіки, так і жінки;
- с) заохочення культури взаємної поваги та нульової толерантності до всіх форм домагань на робочому місці.

ЦСР 8 – гідна робота та економічне зростання: компанії можуть активно наймати людей з різних верств суспільства та забезпечувати гідні умови праці:

- а) молодим працівникам можуть бути надані консультації з питань кар'єри, щоб допомогти їм визначити свої здібності;
- б) можуть бути надані батьки та опікуни;
- в) гнучкий графік роботи та можливість працювати з дому в міру необхідності.

Стійкі міста та спільноти, про які йдеться у Цілі 11, створюються за рахунок стійких інвестицій. Компанії можуть співпрацювати з банком справедливого фінансування, який інвестує у стійкі проекти. Таким чином, капітал компанії може бути використаний для зелених проектів. Наприклад, у Німеччині 5 банків

займаються «зеленими» інвестиціями у місцеві проекти та інфраструктуру. З іншими рекомендаціями можна ознайомитися у Додатку А [88].

Всі ці 17 ідей можуть бути реально здійснені та допомогатимуть підвищити цінність бренду компаній. Вони також можуть поліпшити можливості фінансування від різних міжнародних донорів. Якщо компанії в рамках своєї корпоративної соціальної відповідальності почнуть займатися деякими з цих цілей і робити деякі з запропонованих дій, це буде творити чудеса у досягненні ЦСР. Тож гарним виходом є не втрачати надії та поширювати ці ідеї якомога більше.

Отже, досягнення сталого розвитку допоможе практикувати добровільну простоту життя, яка фокусується на тому, щоб споживати менше, але більше отримувати задоволення від життя. Новий порядок зможе просувати здоровіший і простий спосіб життя, наприклад, прогулянки пішки або велосипедом замість поїздки на машині. Також досягнення стійкості дозволить обирати нові місцеві продукти в порівнянні з обробленими та імпортованими, віддасть перевагу нешкідливим натуральним продуктам перед синтетичними.

Люди та суспільство взаємопов'язані. Якщо виграє окрема людина, то виграє і суспільство, і навпаки. Стійкі методи включають надання та підтримку один одного, а також спільне використання спільних ресурсів для досягнення вищого рівня соціального благополуччя.

Висновки до розділу 3

Під час дослідження стало зрозуміло, що сталий розвиток - є ожнією з ключових тем сучасності, а його принципи активно запроваджуються в міжнародних та локальних компаніях. Проте, існують певні перешкоди для малого бізнесу, такі як: нестача внутрішніх ресурсів, незалучений та незацікавлений персонал, який не готов до змін, нездатність вимірювати та оцінювати свій успіх. Для великих ж ТНК існують загрози надвисокої вартості переходу на стійкі принципи, зростання цін на продукти та втрати своїх споживачів, ризику з даними. Для споживачів та суспільства існують ризики грінвошингу - явища, коли компанії

починають маніпулювати фактами щодо своїх «зелених» успіхів задля того, щоб показатися у найкращому світлі.

Безумовно є певні аспекти та галузі, в яких впровадження сталих принципів до корпоративних стратегій бізнесів може бути покращено. Це можуть бути наявність спеціального персоналу в компанії, який буде стежити за досягненнями компанії у галузі сталого розвитку та корегуватиме її дії, внесення ключових показників ефективності та розробка довгострокового плану розвитку компанії з урахуванням інтересів суспільства як у сьогоденні, так і у майбутньому.

ВИСНОВКИ

Таким чином, на сьогоднішній день інклюзивна «зелена» економіка є потенційним двигуном сталого розвитку та стимулом сталого економічного зростання. В такій інтерпретації вона може забезпечити комплексний підхід до сталого розвитку шляхом відповідної розробки спеціально для різних країн, місцевостей або регіонів в залежності від їх потреб і ситуації та доповнення соціальним захистом з метою забезпечення інклюзивності та стабільності. Варто відзначити, що концепція «зеленої» економіки у процесі становлення та розвитку пройшла через супротив ряду факторів, серед яких порівняння із концепцією сталого розвитку та фокус на останній в якості основної парадигми розвитку; пріоретизація короткострокових проблем розвитку, пов'язаних із подоланням наслідків фінансових криз, економічним спадом; сприйняття в якості міжнародного припису, який може не відповідати інтересам країн і т.д.

«Зелене» підприємництво як частина «зеленої» економіки може стати катализатором, який призведе до бажаних змін в суспільстві, і яке, крім того, змінить поведінку існуючих на ринку фірм. Тому ясно, що дослідники і викладачі повинні приділяти більше уваги темі екологічного підприємництва, яка виникла вже два десятиліття тому, та виходити за рамки опису малих конкретних випадків.

Цілі сталого розвитку існують комплексно і не можуть бути виконані окремо. Вони включають економічний, соціальний та екологічний аспекти, які тісно зв'язані між собою та взаємо впливають на досягнення цілей в кожному з них. Національні уряди несуть відповідальність та є поштовхом для виконання та досягнення цих цілей та можуть заохочувати суспільство та бізнес діяти стало та екологічно по відношенню до планети, навколишніх поколінь та економіки.

«Стала» економіка, як і будь-який інший економічний стан на державному рівні потребує належного нагляду та регулювання. Для цього існує безліч інструментів, які зачіпають усі сфери життєдіяльності, зокрема фінансово-економічну та суспільну. Кожна країна та бізнес в залежності від своїх національних

цілей та стратегій розвитку обирає найбільш доречні для себе та поступово імплементує їх у всі сфери життя. Потреба у перегляді існуючої економічної політики завжди призводить до визнання та адаптації економіки з урахуванням Цілей сталого розвитку до місцевих умов для переходу на новий економічний шлях. Зокрема, на сьогоднішній день 65 країн світу прийняли національні плани розвитку «сталого» економіки, що підтверджує визнання та поширення концепції.

Цілі сталого розвитку служать нагадуванням про взаємопов'язаний характер великої кількості глобальних проблем і можуть допомагати компаніям, що прагнуть вести відповідальний бізнес, застосовувати систематичний підхід до всіх областей, в яких вони або істотно впливають, або можуть вплинути на них опосередковано. Також слід зазначити, що такі соціально відповідальні ініціативи є не просто бажаними, а необхідними до впровадження у кожній великій міжнародній корпорації задля створення сталого майбутнього та збереження природи та гідного життя.

Корпоративна соціальна відповідальність наразі – це важлива частина діяльності компанії, її бренду та навіть вартості. Вона впливає не тільки на споживачів, їх відношення до компанії, лояльність та бажання користуватися продуктами чи послугами, але й на інвесторів, їх бажання інвестувати в ту чи іншу компанію, та на працівників, які розглядають великі Цілі підприємства перед тим, як влаштуватися на роботу або ж працюючи там. Пандемія довела, що соціальна корпоративна відповідальність стає важливішою для суспільства з кожним днем.

Україна має переймати успішний досвід європейських країн, але не копіювати його. Якщо в Норвегії чи Данії працює певна система, то це не означає, що вона запрацює на українському ринку. Стійкий розвиток в Україні буде вдосконалюватися паралельно з культурою, економікою, політикою. Неможливо так, що в одній сфері все ідеально, а всі інші страждають від проблем. Компаніям важливо вибудовувати роботу на основі принципів сталого розвитку саме заради операційної ефективності, зокрема зменшення витрат. А також підвищення капіталізації, нових інвестицій, виходу на нові ринки та формування екосистеми.

Сталий розвиток – це про цінності та об'єднання. А користь від цього явища у довгостроковій перспективі отримають усі: планета, люди та бізнес.

Проте, хоча й сталий розвиток та «зелені» методи ведення бізнесу стоять на порядку денному, для усіх бізнесів, як великого так і малого, стоять значні перепони у їх досягненні. Одні стикаються із такими проблемами як нестача ресурсів на підприємства для «зелених» ініціатив, байдужість персоналу, складнощі з вимірюванням успіху, інші переймаються питаннями вартості та ефективності переходу на сталий шлях розвитку, реакцією своїх споживачів та підвищенню цін на свої продукти та послуги. Багато ТНК також бажають змінити ланцюжки своїх поставок, використовуючи послуги постачальників з нульовими викидами вуглецю, проте переймаються тим, що такі постачальники з країн, що розвиваються, які мають меншу вартість на свої товари, не можуть відповідати цим вимогам.

Досягнення сталого розвитку допоможе практикувати добровільну простоту життя, яка фокусується на тому, щоб споживати менше, але більше отримувати задоволення від життя. Новий порядок зможе просувати здоровіший і простий спосіб життя, наприклад, прогулянки пішки або велосипедом замість поїздки на машині. Також досягнення стійкості дозволить обирати нові місцеві продукти в порівнянні з обробленими та імпортованими, віддасть перевагу нешкідливим натуральним продуктам перед синтетичними.

Люди та суспільство взаємопов'язані. Якщо виграє окрема людина, то виграє і суспільство, і навпаки. Стійкі методи включають надання та підтримку один одного, а також спільне використання спільних ресурсів для досягнення вищого рівня соціального благополуччя.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку водного господарства та екологічного оздоровлення басейну річки Дніпро на період до 2021 року».
2. Закон України «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку мінерально-сировинної бази на період до 2030 року».
3. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» від 28 лютого 2019 року № 2697-VIII.
4. Указ Президента України № 511/2019 «Про деякі заходи щодо збереження лісів та раціонального використання лісових ресурсів».
5. Указ Президента України №104/2021 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 19 березня 2021 року «Про заходи щодо підвищення рівня хімічної безпеки на території України».
6. Указ Президента України №111/2021 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 23 березня 2021 року «Про виклики і загрози національній безпеці України в екологічній сфері та першочергові заходи щодо їх нейтралізації».
7. Указ Президента України №722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року».
8. Концепція реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 07.11.2016 № 932-р.
9. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 08 листопада 2017 року № 820.

10. План заходів із впровадження Концепції реалізації державної політики у сфері промислового забруднення, затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27.12.2019 № 1422.

11. Анісімов А.П. Екологічне підприємництво: проблеми та перспективи / А.П. Анісімов, А.Я. Риженков, А.Є. Чорноморець // Громадянське право та процес. – Чернівці: Чуваський державний університет, 2008. – С. 7-10.

12. Балабанова Г.П. Управління знаннями як засіб досягнення стратегічної переваги / Балабанова Г.П // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: міжнародна науково-теоретична конференція 13 квітня 2016 р.: тези доп. – К.: Видавництво Нац. авіац. ун-ту, «НАУ-друк», 2016. – 148 с. – С.77-80.

13. Біла С.О. Інституційна підтримка міжнародного економічного співробітництва у сфері відновлюваної енергетики / С.О.Біла // Економічний вісник університету. – Збірник наукових праць учених та аспірантів. – Вип. 37/1. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2018. – С. 267-275.

14. Біла С.О. Новітні тренди розвитку глобалізаційних процесів / С.О.Біла // Економічний вісник університету. – Збірник наукових праць учених та аспірантів. – Вип. 33/1. – 2017. – Переяслав-Хмельницький. – С. 7-15.

15. Біла С.О. Пріоритети сталого розвитку у модернізації економіки України в умовах євроінтеграції / С.О. Біла // Scientific letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2016. – 4 (1). – С. 17-20.

16. Біла С.О. Пріоритети сталого розвитку у модернізації економіки України в умовах євроінтеграції // SCIENTIFIC LETTERS of Academic Society of Michal Baludansky. – 2016. – 4 (1). – с. 17- 20.

17. Біла С.О. Поширення ідей соціальної відповідальності бізнесу у викладанні економічних дисциплін у закладах вищої освіти як складова формування ціннісних основ солідаризації українського суспільства в умовах євроінтеграції / С.О. Біла // Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції: матеріали Міжнародної науково-методичної конференції, (Суми, 29-30 травня 2020

p.) / ред. колегія: В.М.Завгородня, А.М.Куліш, та ін. – Суми: Сумський державний університет, 2020. – С. 54-56.

18. Біла С.О. Пріоритети корпоративної соціальної відповідальності (CSR) ТНК та великих бізнес-структур / С.О.Біла // Global Economic Trends: New Opportunities and Threats: International Scientific Conference (November 20th, 2020. Le Mans, France). – Riga, Latvia: “Publishing House “Baltija Publishing“, 2020. – P. 5-9.

19. Біла С.О. Пріоритети розвитку ядерної та відновлюваної енергетики в Україні відповідно до вимог сталого розвитку [Текст] / С.О.Біла // Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2017: колективна монографія / Аверіхіна Т.В., Адамець Т.П., Андерсон Н.В. [та ін.]; НТУУ – Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського; Інститут телекомунікацій та глобального інформаційного простору НАН України; Вища економіко-гуманітарна школа / за наук. ред. проф. Хлобистова Є.В. – Київ, 2017. – С. 368 – 375. (546 с.).

20. Біла С.О. Роль «зеленої енергетики» у забезпеченні міжнародної економічної безпеки /С.О. Біла, К.Ю.Овчаренко // Стратегія розвитку України. – Науковий журнал, НАУ. – 2019. – № 1. – С. 26-34.

21. Біла С.О. Стратегічні пріоритети та економічні стимули розвитку «зеленої енергетики» в країнах світу / С.О. Біла // Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2018: колективна монографія / Міненко М.А., Бендюг В.І., Комариста Б.М. [та ін.]; НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»; Національний університет «Києво-Могилянська академія»; Вища економіко-гуманітарна школа / за наук. ред. проф. Хлобистова Є.В. – Київ, 2018. – С. 308-319.

22. Висоцька М.П., Назаренко А.П. Economic management in crisis conditions. Управление экономикой в кризисных условиях. Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. Collective monograph. – Poland: “Publishing House “Baltija Publishing”, 2020. p. 30-45.

23. Гринів Л. С. Екологічна економіка: навч. посіб. Львів: Магнолія 2019. – 358 с.

24. Данилишин Б. М., Хвесик М. А., Голян В. А. Економіка природокористування: підручник для аспірантів науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів. Київ: Кондор, 2018. – 464 с.

25. Казіна, О.В. Екологізація бізнесу: як стимулювати споживача. – Київ: Видавництво «Маркетингові комунікації», 2015. – №6. - С. 352-362.

26. Марчук Л. П. «Зелена» економіка: суперечності та перспективи розвитку. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2017. – Вип. 1. – С. 34-41.

27. Мусіна Л. А., Ямчук А. В., Кваша Т. К. Взаємний вплив економіки та природного середовища в сучасному світі: політика, стратегії, технології: монографія. Київ: УкрІНТЕІ, 2019. – 260 с.

28. Набок І.І. Міжнародний брендинг як ключова складова товарної стратегії на прикладі компанії «Coca-Cola» / І.І. Набок, Д. Мухамедова // Україна і світ: перспективи та стратегії розвитку: електронний збірник наукових праць. – К.:ННІМВ НАУ, 2017. – № 2. – Вип.5. – С. 254-264.

29. Набок І.І. Сучасний стан та перспективи розвитку світового ринку альтернативної енергетики/ І.І. Набок, В.О. Ковтун // Стратегія розвитку України. 2019. №2 – С. 130-135.

30. Набок І.І. Особливості інвестування альтернативної енергетики у світі: стан, проблеми, перспективи/ І.І. Набок, В.О. Ковтун //Міжнародні наукові дослідження: інтеграція науки та практики як механізм ефективного розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26–27 квітня 2019 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. – Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2019. – С. 206-210.

31. Побоченко Л.М. «Розумне місто» («розумний будинок») та його енергетична складова: світовий досвід / Л.М. Побоченко, Ю.Е. Шваюк // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2016.– №1. – С. 141-145.

32. Пічкурова З.В. Краудфандинг як перспективний інструмент фінансування інтелектуального капіталу у глобальному інноваційному середовищі / З.В. Пічкурова // Міжнародна науково-практична конференція «Національні економічні

стратегії розвитку в глобальному середовищі» – 10 квітня 2019 р. – К.: Національний авіаційний університет, 2019. – С. 76-79.

33. Прокоп'єва А.А. Проблеми утилізації побутових відходів в контексті світового досвіду / А.А. Прокоп'єва // Стратегія розвитку України (соціологія, економіка, право). – 2014. – №3.– с. 123-127.

34. Румянцев А.П. Інноватизація міжнародних маркетингових комунікацій у сфері соціально-культурного розвитку / А.П. Румянцев, О.Г Тонких // Стратегія розвитку України: наук. фах. журн. – 2017. – №2 – С. 21-17.

35. Сидоренко К.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія/За редакцією Арєф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – с. 50-65

36. Стадник М. Є. «Зелена економіка» – основа зміцнення національної безпеки країни. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького. 2018. – Т. 15, № 1(5). – С. 214-217.

37. Чмир О. С., Захаркевич Н. П. Сутність та значення для суспільного прогресу «зеленої» економіки. «Зелена» економіка – шлях до сталого розвитку: зб. матеріалів / упоряд. О. С. Чмир. Київ: Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, 2018. – 130 с.

38. Allen C., Clouth C. A guidebook to the Green Economy. UNDESA. – 65 p.

39. Atkisson A. OECD Global Forum on Measuring Well-Being for Development and Policy Making. New Delhi, India, 20 October 2012. – 20 p.

40. Bila S. The role of CSR businesses in management of world economic systems / S. Bila // Strategies, models and technologies of economic systems management in the context of international economic integration: scientific monograph / editer by Dr.oec. Prof Maksym Bezpartochnyi, Dr.oec. Prof. Viktoriia Riashchenko, Dr.paed. Nina Linde, 2nd edition. – Riga: Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences, 2020 – P. 326-336.

41. Kuznets S. Population, Capital, and Growth: Selected Essays. – N. Y: W.W. Norton & Co., 1973. – 342 p.

42. Nusa Dua Declaration and Governing Council decisions adopted by the Governing Council. Global Ministerial Environment Forum at its eleventh special session (Bali, 24-26 February 2010). New York: UNEP, 2010. – 20 p.

43. Söderbaum, P. 10th Anniversary Focus: From mainstream environmental economics to sustainability economics. On the need for new thinking. Journal of Environmental Monitoring. 2008. – № 10. – P. 1467-1475.

44. <https://www.spglobal.com/esg/performance/indices/djsi-index-family> - офіційний сайт Індексу корпоративної відповідальності S&P Global

45. <https://www.oecd.org/> – офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку.

46. <https://www.unep.org/> - офіційний сайт Програми ООН з довкілля UNEP.

47. <https://epi.envirocenter.yale.edu/> – офіційний сайт Індексу екологічної ефективності.

48. https://www.ey.com/uk_ua - офіційний сайт Ernst & Young Global Limited.

49. <https://www.oecd.org/> - офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку.

50. <https://sustainableukraine.com/ua/index.html> - офіційний сайт індексу Sustainable Ukraine.

51. <https://www.sc.com/us/> - офіційний сайт Standard Chartered.

52. <https://www.17goalsmagazin.de/en/> - офіційний сайт Seventeen goals magazin.

53. <https://www.humanium.org/en/> - офіційний сайт Humanium.org.

54. <https://eba.com.ua/> - офіційний сайт Європейської Бізнес Асоціації.

55. <https://www.weforum.org> - офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму.

56. <https://www.ua.undp.org/> - офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй.

57. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://grc.ua/article/27119>.

58. Декларація Конференції Організації Об'єднаних Націй з проблем навколишнього середовища [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.un.org/ua/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml

59. Директива № 2008/1/ЄС Європейського Парламенту і Ради про комплексне запобігання і контроль забруднень [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b02

60. Глобальний «зелений» новий курс: Доповідь ЮНЕП. Березень, 2009. Програма ООН з навколишнього середовища в рамках Ініціативи з «зеленої» економіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://greenlogic.by/content/files/GREENTRANSPORT/UNEP90_RUS.pdf

61. Концепції економічної політики [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://library.if.ua/book/130/8558.html>

62. Коронавірус vs Бізнес: оцінка наслідків для бізнесу урядових заходів щодо захисту населення від коронавірусної інфекції COVID19 // СУП 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sup.org.ua/uk/news/419>.

63. Коротенко О. Як великий бізнес допомагає у боротьбі з коронавірусом // Інтернет-видання Bazilik Media. 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bazilik.media/iak-velykuj-biznes-dopomahaie-v-borotbi-z-koronavirusom/>.

64. Перший каталог КСВ-ініціатив // Pro Bono Club Ukraine 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sup.org.ua/uk/news/419>

65. Перший форум сталого розвитку в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://apostrophe.ua/article/business/2021-07-01/perviy-forum-ustoychivogo-razvitiya-v-ukraine-kakimi-keysami-delilis-otechestvennyie-i-mejdunarodnyie-kompanii/40441>

66. Порядок денний на XXI століття. Конференція ООН з навколишнього середовища і розвитку, 3-14 червня 1992 р., Ріо-де-Жанейро, Бразилія. Організація Об'єднаних Націй. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml.

67. Стан і перспективи розвитку зеленої економіки та зеленого бізнесу в Україні. Аналітична доповідь. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eep.org.ua>

68. Стійкий розвиток: я це люблю [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/ustoychivoe-razvitie-sustainability/makdonaldz-schitaet-ustoychivoe-razvitie-v-ukraine-odnoy-iz-svoih-strategiy-50160463.html>

69. Цілі сталого розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>

70. A Guidebook to the Green Economy – Issue 1: UNDESA. [Electronic resource]. – Access: <http://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=400&nr=634&menu=35>

71. Aflac CSR survey <https://www.aflac.com/docs/about-aflac/csr-survey-assets/2019-aflac-csr-infographic-and-survey.pdf>

72. A Planetary Computer for a Sustainable Future [Electronic resource]. – Access: <https://planetarycomputer.microsoft.com/>

73. Business as Usual Will Not Save the Planet [Electronic resource]. – Access: <https://hbr.org/2019/06/business-as-usual-will-not-save-the-planet?registration=success>

74. Business of Sustainability Index [Electronic resource]. – Access: https://greenprint.eco/wp-content/uploads/2021/03/GreenPrint-Business-of-Sustainability-Index_3.2021.pdf

75. B Corporation [Electronic resource]. – Access: <https://bcorporation.net/>

76. Carbon Dated: Multinational companies planning to cut suppliers by 2025 for failing to curb carbon emissions [Electronic resource]. – Access: <https://www.sc.com/us/2021/06/08/carbon-dated-multinational-companies-planning-to-cut-suppliers-by-2025-for-failing-to-curb-carbon-emissions/>

77. Challenges to Improving Sustainability in Business [Electronic resource]. – Access: <https://online.maryville.edu/blog/importance-of-environmental-awareness-when-running-a-business/>

78. Components of sustainable development [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://thefactfactor.com/facts/law/civil_law/environmental_laws/sustainable-development/866/

79. Corporate Knights [Electronic resource]. – Access: <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2021-global-100-rankings/2021-global-100-ranking/>.

80. Decision № 1386/2013/EU of the European Parliament and of the Council of 20 November 2013 on a General Union Environment Action Programme to 2020 “Living well, within the limits of our planet”. [Electronic resource]. – Access: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013D1386&from=EN>.

81. DJSI/CSA Annual Review 2021 [Electronic resource]. – Access: <https://www.spglobal.com/esg/csa/djsi-csa-annual-review>

82. Doing Well By Doing Good - Global Corporate Social Responsibility Report. Nielsen - 2019. [Electronic resource]. – Access: <https://www.nielsen.com/wpcontent/uploads/sites/3/2019/04/global-corporate-social-responsibility-report-june-2014.pdf>

83. Environmental, social and governance (ESG) or nonfinancial factors have become integral to the investment decision-making process [Electronic resource]. – Access: https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story

84. EY [Electronic resource]. – Access: https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story

85. Full Year 2019 Europe: Electric and Plug-In Hybrid Car Sales per EU and EFTA Country [Electronic resource]. – Access: <https://www.best-selling-cars.com/electric/latest-europe-electric-and-plug-in-hybrid-car-sales-per-eu-and-efta-country/>

86. “Green Economy” – a new vector for sustainable development? [Electronic resource]. – Access: <http://bit.ly/1VVSINn>.

87. Growing a Green Local Economy. County Strategies for Economic, Workforce and Environmental Innovation. National Association of Counties. [Electronic resource]. – Access:

88. 17 Ideas for Companies to help achieve the 17 SDGs [Electronic resource]. – Access: <https://www.17goalsmagazin.de/en/17-steps-companies-can-take-now-to-achieve-the-sdgs/>

89. Klostermann J.E.M., Cramer J. The Contextual Meaning of Sustainable Development: The Case of the Dutch Drinking Water Sector. [Electronic resource]. – Access: <http://www.homepages.ucl.ac.uk/~ucessjb/S3%20Reading/klostermann%20and%20cramer%202006.pdf>

90. Litido, M. I. and Righini, G. Tools and Methods for the Green Economy. Italian National Agency for New Technologies, Energy and Sustainable Economic Development, Bologna, Italy (ENEA). [Electronic resource]. – Access: http://www.plastice.org/fileadmin/files/Green_economy_EN.pdf

91. OECD. Green growth in action: Germany. [Electronic resource]. – Access: <http://www.oecd.org/greengrowth/greengrowthinactiongermany.html>.

92. Organizations can harness the 17 Sustainable Development Goals [Electronic resource]. – Access: https://www.ey.com/en_gl/assurance/why-sustainable-development-goals-should-be-in-your-business-plan

93. Porter Novelli Tracker [Electronic resource]. – Access: https://www.porternovelli.com/wp-content/uploads/2021/01/02_Porter-Novelli-Tracker-Wave-X-Employee-Perspectives-on-Responsible-Leadership-During-Crisis.pdf

94. Social License to Operate [Electronic resource]. – Access: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-license-slo.asp>

95. Solactive Sustainable Development Goals World MV Index [Electronic resource]. – Access: <https://www.solactive.com/Indices/?index=DE000SLA24X6>

96. Take a stand for nature [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.conservation.org/>

97. Tech Crunch [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://techcrunch.com/2020/03/23/daily-crunch-amazon-apple-microsoftcoronavirus/>

98. The digital economy and the green economy: compatible agendas [Electronic resource]. – Access: <https://www.pgionline.com/wp-content/uploads/2019/11/PGI-The-Digital-Economy-and-the-Green-Economy-Compatible-Agendas-final..pdf>
99. The Disadvantages of Going Green for a Corporation [Electronic resource]. – Access: <https://smallbusiness.chron.com/sustainability-keep-companies-competitive-25898.html>
100. Towards a Green Investment Policy Framework. The Case of LowCarbon, Climate-Resilient Infrastructure. OECD [Electronic resource]. – Access: http://www.oecd-ilibrary.org/environment/towards-a-greeninvestment-policy-framework_5k8zth7s6s6d-en
101. Types of corporate social responsibility [Electronic resource]. – Access: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>
102. United Nations Development Programme 2018. [Electronic resource]. – Access: <https://www.undp.org/content/sdfinance/en/home/solutions/green-bonds.html>
103. Venture Beat [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://venturebeat.com/2020/03/24/tech-industry-shifts-dollars-and-manufacturing-to-fight-coronavirus/>
104. V.E Part of Moody's ESG Solutions [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://vigeo-eiris.com/>
105. Working towards a Balanced and Inclusive Green Economy: A United Nations System-wide Perspective. Prepared by the Environment Management Group. United Nations, Geneva. 2018. [Electronic resource]. – Access: <https://www.zaragoza.es/contenidos/medioambiente/onu/1209-eng.pdf>
106. World Economic Forum [Electronic resource]. – Access: <https://www.weforum.org/agenda/2021/09/5-ways-multinational-corporations-can-have-greater-impact-on-the-sdgs-sustainable-development-goals-mnocs/>
107. What Is Greenwashing? [Electronic resource]. – Access: <https://www.businessnewsdaily.com/10946-greenwashing.html>

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Рекомендації бізнесам щодо наближення до досягнення Цілей сталого розвитку

Назва Цілі	Рекомендація до покращення
Ціль 1 – подолання бідності	Встановлення в офісі боксів для благодійності та співпраця з місцевими НУО
Ціль 2 – подолання голоду	Фудшеринг та пожертвування залишками їжі
Ціль 3 – здоров'я та благополуччя	Нагляд за ментальним здоров'ям співробітників, організація корпоративних спортивних занять
Ціль 4 – якісна освіта	Виділення робочого часу на освіту
Ціль 5 – гендерна рівність	Рівність між жінками та чоловіками у рівнях доходу, займанні однакових посад, права голосу
Ціль 6 – чиста вода	Інклюзивні вбиральні та їх пропорційність до чисельності працівників
Ціль 7 – доступна та чиста енергетика	Використання на енергозберігаючі прилади
Ціль 8 – гідна праця та економічне зростання	Консультації молодих працівників, гнучкі часи роботи для тих, у кого є діти
Ціль 9 – інновації та інфраструктура	Встановлення сонячних панелей або систем збору дощової води в офісі
Ціль 10 – зменшення нерівності	Використання послуг відповідальних постачальників
Ціль 11 – сталий розвиток міст	Інвестиції у сталі та «зелені» проекти
Ціль 12 – відповідальне споживання	Закупівля офісного обладнання та їжі у місцевих постачальників
Ціль 13 – боротьба зі зміною клімату	Зменшення кількості подорожей та поїздок співробітників
Ціль 14 – збереження морських екосистем	Використання багаторазового посуду та наявність корпоративних пляшок для води
Ціль 15 – збереження екосистем суші	Вирощування на терасі в офісі зелені та овочів, висадження дерев
Ціль 16 – мир та справедливість	Справедливе відношення до всіх співробітників та можливість бути почутим
Ціль 17 – партнерство заради стійкого розвитку	Компанії можуть об'єднуватися з однодумцями та пропагувати ідеї щодо досягнення Цілей або подавати гарний приклад суспільству

Примітка. Складено автором за даними seventeen goals magazin [31].

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Цілі в галузі сталого розвитку ООН (2016-2030 рр.) і їх пріоритети стійкості

Цілі сталого розвитку		Соціальні	Економічні	Екологічні
Ціль 1	Подолання бідності у всіх формах і всюди	**	*	
Ціль 2	Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства	**		*
Ціль 3	Забезпечення здорового способу життя та добробуту людей будь-якого віку	**		
Ціль 4	Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх	**		
Ціль 5	Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток	**		
Ціль 6	Забезпечення наявності та сталого управління водними ресурсами та санітарією	*		**
Ціль 7	Забезпечення доступу всіх людей до прийнятних за ціною, надійних, сталих і сучасних джерел енергії		**	*
Ціль 8	Сприяння безперервному, всеохопному і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх	*		**
Ціль 9	Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям		**	
Ціль 10	Скорочення нерівності всередині країн і між ними	**		
Ціль 11	Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів	**	*	
Ціль 12	Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва	**	**	*
Ціль 13	Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками		*	**
Ціль 14	Збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку		*	**
Ціль 15	Захист і відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення та повернення назад процесу деградації земель і зупинення втрати біорізноманіття			**
Ціль 16	Сприяння розбудові миролюбного і всеохопного суспільства задля сталого розвитку, забезпечення всім доступу до правосуддя і створення ефективних, підзвітних та інклюзивних інституцій на всіх рівнях	**		
Ціль 17	Зміцнення засобів здійснення й активізації роботи в рамках Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку	**	*	

** основний пріоритет для Цілі

* пов'язаний пріоритет для Цілі

Примітка. Складено автором на основі «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року». ООН, Нью-Йорк, вересень 2015 р. [48]