

УДК 338.222:330.16

Левченко Ірина Василівна

доктор філософії, доцент

Максюта Наталія Сергіївна

доктор філософії, науковий співробітник

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка»

ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

У сучасному світі, коли екологічні загрози стають усе більш відчутними, питання соціально-екологічної відповідальності бізнесу набуває особливої ваги. Більшість компаній мають значний вплив на стан навколишнього середовища, і їхня діяльність може як сприяти його збереженню, так і завдавати шкоди природі. Тому важливо усвідомлювати сутність екологічної відповідальності підприємства та знаходити дієві способи її реалізації [1].

Як свідчать дані звіту PwC Global Investor Survey 2022, більшість інвесторів (83%) вважають за необхідне активне впровадження Цілей сталого розвитку, як складової у корпоративну стратегію, а 79% з них зазначають, що не інвестуватимуть у компанії, які не демонструють прогресу в цьому напрямку [2].

Приклади ефективної реалізації соціально-екологічної відповідальності бізнесу серед світових компаній представлено такими відомими брендами [2-4]:

Apple – з 2020 року всі об'єкти компанії (офіси, роздрібні магазини, дата-центри) функціонують на 100% відновлюваній енергії. Також Apple активно заохочує своїх партнерів і постачальників до впровадження «зелених» рішень.

ІКЕА – інвестувала понад 2,5 млрд євро у розвиток відновлюваних джерел енергії та прагне досягти статусу climate positive до 2030 року. Patagonia – відомий бренд одягу для активного відпочинку, який передав усі прибутки на фінансування ініціатив із протидії кліматичним змінам. Така стратегія не призвела до зниження продажів, а навпаки, зміцнила лояльність споживачів.

Unilever – більша частина (75%) приросту продажів компанії припадає на Sustainable Living Brands – бренди, що впроваджують соціально або екологічно орієнтовані програми.

Український бізнес також не стоїть осторонь сучасних практик впровадження принципів сталого розвитку, саме тому компанії активно

розвивають соціально-екологічні ініціативи. Серед таких компаній можна виділити [3-5]:

Kernel – компанія фокусується на підвищенні добробуту місцевих громад: ремонті інфраструктури, підтримці освіти, культури, медицини та енергонезалежності.

Нова пошта – ривідна українська логістична компанія, яка вже понад 10 років реалізує соціально відповідальні ініціативи, і особливо активно діє в умовах війни через проєкт «Гуманітарна Нова пошта» та внутрішні волонтерські рухи.

WOG – Проєкт «Дорога добра» дозволяє клієнтам купувати каву у спеціальному горнятку за додаткові 5 грн, які спрямовуються на підтримку лікарень. За час війни допомогли 9 лікарням, загалом обладнання отримали 40 дитячих медзакладів. «Добропаливо»: клієнти «підвішують» літри пального, WOG подвоює внески. Це пальне йде на евакуацію, лікарні, доставку гуманітарної допомоги.

З огляду на вітчизняні приклади, можна зробити висновок, що основні напрямки ініціатив несуть більше соціальний характер та гуманітарну допомогу, проте – це є зрозумілою тенденцією враховуючи, що країна постійно відстоює свої кордони та бориться з ворогом. Саме тому, на наш погляд доцільно запропонувати імплементацію досвіду відомих світових брендів у діяльність українських компаній по завершенню військових дій.

Список використаних джерел

1. Ziko.com.ua. Екологічна відповідальність підприємства це шлях до сталого розвитку. URL: <https://ziko.com.ua/ekologichna-vidpovidalnist-pidpriemstva-tse-shliakh-do-staloho-rozvytku/> .
2. Welfare.green. Екологічна трансформація бізнесу: українські реалії та можливості - Соціальна країна. URL: <https://welfare.green/ekologichna-transformaciya-biznesu-ukrainski-realii-ta-mozhливosti/> .
3. Блог небайдужості. Приклади соціальної відповідальності бізнесу: 7 українських компаній, що змінюють країну. URL: <https://givingtuesday.ua/statti/pryklady-soczialnoyi-vidpovidalnosti-biznesu-7-ukrayinskyh-kompanij-shho-zminyuyut-krayinu/> .
4. Титаренко Л.М., Левченко І.В., Кисельова Ю.А., Кудряшова Д.О. Соціально відповідальні глобальні компанії в умовах воєнного стану. *Ефективна економіка*. 2022. № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.40> .
5. Титаренко Л., Левченко І., Потькало К. Пріоритети корпоративної культури в умовах міжнародних трансформацій. *Економіка і регіон*. (1(92)). 2024. С. 79-86. URL: [https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1\(92\).3312](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1(92).3312)