

Світлана Плотніченко, к.е.н., доцент,
завідувачка кафедри менеджменту та публічного адміністрування,
Таврійський держаний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Денис Усов, здобувач вищої освіти,
Таврійський держаний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ПРИКЛАД КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Актуальність дослідження. У наш час екологічна корпоративна відповідальність є не просто бажаною, а необхідною умовою для виживання людства. Компанії вже не обмежуються символічними акціями, такими як прибирання територій або використання екосумок, а активно впроваджують екологічні практики в свою щоденну роботу та виробничі процеси [2].

Зелена корпоративна відповідальність (КВ) – це підхід до ведення бізнесу, який передбачає відповідальне ставлення компаній до довкілля. Вона включає впровадження екологічно чистих технологій, зменшення викидів, ефективне використання ресурсів і підтримку екологічних ініціатив. Проте, незважаючи на позитивні наміри, існує низка проблем, які ускладнюють реалізацію зеленої КВ на практиці.

Великі корпорації показують приклад, інвестуючи в переробку матеріалів (Apple), продаючи стару техніку на аукціонах та підтримуючи екологічні ініціативи (Sony), переходячи на виробництво довговічних деталей та використання вторинного пластику (Dell), фінансуючи проекти з боротьби з браконьєрством та економії електроенергії (Google), та виготовляючи продукцію з перероблених матеріалів (Lego). Але на практиці багато компаній ведуть подвійну гру, та що б не втрачати прибутки лише імітують екологічну діяльність. Такий підхід є безвідповідальним та може мати негативні довгострокові наслідки для екології планети. Тому ця проблема має бути відрегульована на законодавчому рівні всіх розвинених країн, але стикаючись з особливостями законодавства в кожній окремій країні, ця проблема має свою специфіку[1].

Основні проблеми зеленої корпоративної відповідальності: Greenwashing (екологічний камуфляж). Багато компаній займаються "екологічним камуфляжем" – вони подають себе як екологічно відповідальні, проте їхні дії не відповідають заявленим принципам. Це створює труднощі для споживачів, які намагаються підтримувати справді екологічні бренди. Volkswagen у 2015 році потрапив у скандал із маніпуляцією тестів на викиди, що суперечило їхній "зеленій" репутації [5].

Впровадження екологічних технологій потребує значних фінансових інвестицій. Не всі компанії можуть собі дозволити повноцінну трансформацію на користь екологічно чистого виробництва. Tesla витрачає мільярди доларів на дослідження та виробництво електромобілів, але це можливе лише завдяки значним державним субсидіям.

-Відсутність чітких екологічних стандартів

В різних країнах екологічне законодавство суттєво відрізняється. Це ускладнює роботу міжнародних компаній та створює прогалини, які дозволяють окремим компаніям уникати відповідальності. У США та ЄС діють суворі екологічні регуляції, тоді як в деяких країнах Азії та Африки правила менш жорсткі, що дозволяє корпораціям переміщувати виробництво туди, де менші вимоги до екологічної відповідальності.

-Конфлікт між прибутковістю та екологічною відповідальністю

Чимало компаній опиняються перед дилемою: інвестувати в сталий розвиток або зосередитися на максимізації прибутку. Інвестори не завжди підтримують стратегії, які можуть тимчасово зменшити прибутковість. Соса-Cola отримує значний прибуток від продажу пластикових пляшок, проте розширення програм переробки потребує додаткових витрат, які не завжди виправдовують себе фінансово[4].

-Складність зміни споживчих звичок

Навіть екологічно відповідальні компанії стикаються з труднощами в зміні поведінки споживачів. Люди часто надають перевагу дешевшим товарам, навіть якщо вони менш екологічні. H&M запустив ініціативу зі збору старого одягу для вторинного використання, проте швидка мода все ще залишається однією з головних проблем забруднення довкілля.

Коли підприємство бере на себе зобов'язання щодо захисту довкілля, головне, щоб керівники керувалися не лише вигодою, а й справжнім розумінням важливості екологічної свідомості. Це означає, що потрібно не просто дотримуватися правил, а й змінити сам спосіб мислення та поведінку. Ми повинні відмовитися від споживацького ставлення до природи та будувати відносини, засновані на взаємній відповідальності та гармонії. Щоб досягти цього, необхідно розвивати економіку, яка дбає про екологію, що є ключовим кроком до стабілізації екологічної ситуації в усьому світі.

Україна робить ставку на "зелену економіку" через програму "EaP GREEN". Ця ініціатива, підтримана Євросоюзом, допомагає шести країнам Східного партнерства, включаючи Україну, перейти до більш екологічно чистого розвитку. Програма, що фінансується Єврокомісією та іншими донорами, включає три ключові напрямки: управління та фінансування, екологічна оцінка та оцінка впливу на довкілля, а також демонстраційні проєкти з ресурсо-ефективного виробництва[3].

Очікується, що програма сприятиме економічному зростанню через зміни в законодавстві, підвищення ефективності використання ресурсів, поліпшення екологічних показників, відкриття нових ринків, зміцнення потенціалу державних органів та створення робочих місць. Важливим фактором є також добровільна соціальна відповідальність бізнесу. Згідно з державною концепцією, компанії повинні активно впроваджувати екологічно безпечні технології, мінімізувати негативний вплив на довкілля, займатися утилізацією відходів та формувати екологічну корпоративну культуру.

Висновки: У сучасному світі, де екологічні проблеми стають все більш гострими, роль бізнесу в збереженні навколишнього середовища набуває критичного значення. Зелена корпоративна відповідальність (ЗКВ) – це не

просто модний тренд, а необхідна умова для сталого розвитку людства. Вона передбачає інтеграцію екологічних принципів у всі аспекти діяльності компанії, від виробництва до споживання.

-Скорочення викидів парникових газів: Перехід на відновлювані джерела енергії, оптимізація логістики, зменшення енергоспоживання.

-Раціональне використання ресурсів: Впровадження принципів циркулярної економіки, використання вторинної сировини, зменшення відходів.

-Захист біорізноманіття: Збереження екосистем, підтримка програм з охорони природи.

-Екологічно чисте виробництво: Використання екологічних технологій, контроль за забрудненням.

ЗКВ – це невід'ємна частина сталого розвитку бізнесу. Вона вимагає від компаній не лише дотримання законодавства, а й активної участі у збереженні довкілля. Успішні приклади компаній показують, що екологічна відповідальність може бути вигідною як для бізнесу, так і для суспільства.

Список використаних джерел

1. Боровик Ю. Т., Єлагін Ю. В., Полякова О. М. «Зелена економіка»: сутність, принципи, перспективи для України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2020. № 69. С. 75–83.
2. Євстахевич А. Л. Місце соціальної відповідальності у системі менеджменту підприємств. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2018. Vol. 19. Р. 58–63. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/49>.
3. Агеєва І., Плотніченко С., та Вуйченко М. (2023). Забезпечення продуктивного менеджменту при заснуванні бізнес-стартапу: ідеї та виклики. *Економіка та суспільство*, (58). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-79>.
4. Плотніченко, С., Кіца, Т., Рослонь, Д., Пасічний, Р., Рудик, О. та Олійник, Н. (2024). Системні ризики фінансового менеджменту в міжнародних проєктах: глобальні інвестиції та фінансовий менеджмент як складова національної безпеки. *Економічні питання*. № 69 (1). С. 579-591.
5. Плотніченко, С. Р. (2015). Етика в сучасному менеджменті. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. № 1. 116-118.