

І. Приварникова

ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

В умовах активного розвитку міжнародної присутності компаній на іноземних територіях, погіршення екологічної ситуації, зменшення рівня природних ресурсів мінімізація шкідливого впливу та застосування заходів щодо захисту навколишнього середовища, раціональне природокористування й ресурсозбереження стають невід'ємною частиною господарської діяльності транснаціональних корпорацій у глобальному середовищі.

Діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК), які займаються виробничою діяльністю в приймаючих країнах, має значний вплив на навколишнє середовище, розвиток та управління у цих країнах.

Разом з тим, екологічна безвідповідальність – одна з найвизначніших проблем, що стоять перед громадами, які приймають транснаціональні корпорації (ТНК), що займаються виробництвом економічних товарів й інколи послуг [1, с. 22]. Безперервно відбуваються зміни у навколишньому природному середовищі та екологічному ставленні людства до природних ресурсів, таких як вода, енергія, сміття, повітря тощо.

Все більше компаній розуміють значущість корпоративної відповідальності за власну діяльність на територіях різних країн (у тому числі і в напрямку еколого-захисних принципів), взаємозв'язок екологічної компоненти бізнесу з його іміджем на ринку. Міжнародні корпорації-світові лідери стають для суспільства «зразками» в аспекті ставлення до навколишнього середовища.

Ті компанії, які активно пропагандують впровадження ресурсозберігаючих технологій, позиціонують впровадження заходів з мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище та підтримки розвитку зелених рішень, формують пропозиції товарів і послуг з акцентом на їх екологічну безпеку для споживачів (з урахуванням підвищеної уваги до цих питань з боку покупців), розвиваючи тим самим свою екологічну відповідальність, безсумнівно виграють, оскільки стають більш привабливими для споживачів і як наслідок – більш прибутковими.

Дослідження та виявлення особливостей дбайливих практик зелених міжнародних корпоративних лідерів, які діють ековідповідально по відношенню до навколишнього природного середовища у країнах світу, може стати важливим інформаційним ресурсом, поштовхом для інших компаній працювати на благо суспільства.

Мета цього дослідження полягала у виокремленні екологічного складника у корпоративній соціальній відповідальності, з'ясуванні причин, що спонукають корпорації країн світу посилювати увагу до питань екологічної відповідальності перед суспільством і діяти екологічно свідомо, а також визначенні факторів, які стримують реалізацію корпоративної екологічної політики.

У традиційній бізнес-моделі охорона навколишнього середовища розглядалася лише стосовно «суспільних інтересів»¹. Традиційно, саме уряди несли основну відповідальність за забезпечення екологічного управління та збереження навколишнього середовища.

Реалізуючи екологічну відповідальність перед суспільством, сектор державної влади (державний сектор²) сфокусований на розробці нормативних актів і введенні санкцій як засобів сприяння захисту довкілля.

Сьогодні також посилюється і роль приватного сектору³ у формуванні екологічної відповідальності. Зацікавлені сторони все частіше вимагають від нього ставати більш екологічно обізнаним і соціально відповідальним. Приватний бізнес-сектор прийняв підхід «співвідповідальності» щодо запобігання та зменшення екологічної шкоди. Сектори та їх роль змінюються; і приватний сектор стає більш активним в напрямку захисту навколишнього середовища.

Сьогодні багато урядів, корпорацій та великих компаній пропонують стратегії захисту навколишнього середовища та економічного зростання [3; 4]. В останні роки все більше компаній зобов'язуються захищати природне середовище, стаючи екологічно відповідальними.

¹ Суспільний інтерес – добробут або благополуччя «широкої публіки» і суспільства [2].

² Державний сектор – частина економіки, що складається з державних послуг та державних підприємств [2].

³ Приватний сектор (громадський сектор) – частина економіки, що належить приватним групам у вигляді підприємств для отримання прибутку [2].

У зв'язку з такими змінами з'являється нова термінологія, яка уточнює та роз'яснює особливості функціонування компаній (корпорацій) як екологічно та соціально відповідальних агентів навколишнього середовища.

В існуючій термінології з корпоративної відповідальності наявні різні трактування сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність», відмінні погляди щодо розгляду у складі корпоративної соціальної відповідальності екологічного аспекту діяльності транснаціональних корпорацій, а також наявний дослідницький вектор екологічної відповідальності як окремих напрямків досліджень корпоративної відповідальності ТНК.

Щодо екологічного аспекту корпоративної соціальної відповідальності дискутують протягом декількох останніх десятиліть. Термін «корпоративна екологічна відповідальність» (КЕВ) тісно пов'язаний з терміном «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), оскільки обидва стосуються питань впливу на навколишнє середовище та його захисту. Однак КЕВ стосується суто врахування екологічних наслідків і захисту природи в рамках корпоративної стратегії.

Поняття КЕВ не можна відокремити від КСВ – вони взаємопов'язані та засновані на принципах охорони навколишнього середовища. З цими двома поняттями пов'язані три основні сфери – економічна, екологічна та соціальна. КЕВ орієнтована більше на екологічні аспекти, тоді як КСВ стосується соціальних аспектів. Економіка, суспільство та довкілля відіграють важливу роль у розробці ефективної та дієвої стратегії компанії.

Європейський союз визначає КСВ як «...поняття про те, що підприємство несе відповідальність за свій вплив на всіх відповідних зацікавлених сторін. Підприємство зобов'язується вести себе чесно і відповідально і вносити свій вклад в економічний розвиток, поліпшення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевої громади та суспільства в цілому». Згідно з цим визначенням, стратегія КСВ більше зосереджена на соціальних аспектах, зокрема на інтересах зацікавлених сторін [4, 12].

КСВ включає низку корпоративних видів діяльності, спрямованих на добробут зацікавлених сторін групи, включаючи суспільство та природне середовище [5].

Ідея корпоративної екологічної відповідальності (КЕВ) полягає в тому, щоб люди глибше усвідомлювали вплив на навколишнє середовище та протидіяли його забрудненню, сприяли зменшенню «вуглецевого сліду» та викидів вуглецю. Багато досліджень зосереджені на спробі знайти баланс між економічним зростанням, зменшенням відходів і чистішим середовищем.

Дослідники-практики також вважають корпоративну екологічну відповідальність складником корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, М. Ходжастехпур та Р. Джонс оцінили вплив екологічних питань КСВ на репутацію корпорації/бренду та прибутковість компанії [6].

Вбачаємо багатоаспектний характер корпоративної соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій. Така відповідальність включає, зокрема, як соціальні аспекти, інтереси зацікавлених сторін, так і розгляд відповідальності суспільства перед природним середовищем, ставлення до нього компаній. Все це об'єктивно обумовлює необхідність вивчення й оцінки корпоративної діяльності транснаціональних компаній з урахуванням впливу кожного фактору (соціального, екологічного тощо) у сукупній корпоративній соціальній відповідальності.

Отже, незважаючи на домінуючий характер соціальної складової у корпоративній відповідальності, в дослідженнях потрібно акцентувати увагу окремо на екологічних аспектах ставлення компаній до навколишнього природного середовища, а також і на соціальних аспектах відносин у суспільстві, як факторах корпоративної відповідальності корпорацій задля посилення значущості кожного з них.

В цьому дослідженні відмежовано екологічні дії від соціально орієнтованих дій, взаємовідносин у суспільстві з метою підвищити увагу до екологічної орієнтованості ТНК та їх дбайливого ставлення до навколишнього природного середовища. Базуючись на такому розмежувальному принципі, в цьому дослідженні корпоративну екологічну відповідальність розглянуто як обов'язок компанії утримуватися від шкідливого впливу на довкілля.

В той же час, підходи до вивчення КСВ є відправною точкою, зразком, основою для вивчення КЕВ.

КЕВ, як і КСВ, охоплює екологічні наслідки діяльності корпорацій та має на меті:

- виключити відходи та викиди;
- максимізувати ефективність використання ресурсів;
- мінімізувати діяльність, яка може спричинити негативні наслідки для майбутніх поколінь.

Існує різне сприйняття КЕВ відносно уряду, приватного сектору, неурядових організацій та суспільства загалом; і отже це поняття не має єдиного визначення.

КЕВ, як і КСВ, може відноситись до:

- компанії, яка є соціально відповідальною по відношенню до внутрішніх зацікавлених сторін (акціонерів, співробітників, клієнтів і постачальників);
- ролі держави по відношенню до бізнесу (на місцевому та національному рівнях), а також міждержавних інститутів або стандартів;
- бізнес-продуктивності в якості відповідального члена суспільства та світового співтовариства.

Транснаціональні корпорації мають змінювати своє відношення до навколишнього природного середовища у приймаючих країнах. Є низка факторів, які підштовхують корпорації до екологічного оновлення та підвищення рівня екологічної відповідальності перед суспільством.

Як наголошує М. В. Белобородова, до основних рушійних чинників екологічної модернізації потрібно віднести: необхідність дотримання норм міжнародного та вітчизняного екологічного законодавства, жорсткість екологічних вимог з боку зовнішніх стейкхолдерів, посилення конкурентоспроможності підприємства за рахунок екологічних переваг, застосування сучасних методів і методології моніторингу та прогнозування можливих екологічних загроз й одночасно впровадження підходів до адаптації поточної діяльності відповідно до стратегічних і тактичних екологічних цілей [7]. Розглянемо їх більш детально.

1. Серед основних рушіїв для КЕВ виступають правила та державна політика. Багато країн мають власне законодавство, нормативні акти та політику, які є важливими для створення позитивного, бережливого ставлення до навколишнього природного середовища усіма учасниками господарчої діяльності, зокрема корпораціями. Субсидії, тарифи та податки відіграють життєво важливу роль у реалізації цієї політики. Так, європейські ТНК задля збереження

навколишнього середовища орієнтуються у своїй діяльності на основні вимоги Директиви 2004/35/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про екологічну відповідальність за попередження та ліквідацію наслідків завданої навколишньому середовищу шкоди», ухваленої 21 квітня 2004 р.

2. Останнім часом все більше компаній враховують важливість ще однієї зі сторін, зацікавленої у відповідальному відношенні до природнього навколишнього середовища – співробітників і споживачів, беручі до уваги прихильність до екологічної поведінки компанії.

Кожна країна, з якою пов'язана діяльність ТНК, має свою культуру та визначає власний масштаб екологічної відповідальності за вплив на навколишнє природне середовище. Існують також стандартні глобальні людські цінності, що визначають потреби споживачів. До них належить екологічна стійкість. Екологічно відповідальні корпорації беруть на себе ініціативи щодо забезпечення стійкості, зокрема екологічної, та узгодження її з економічними цілями кожної компанії.

Впровадження інноваційних науково-технологічних рішень, розвиток наукоємних виробництв сприяють узгодженню економічних інтересів з екологічною та соціальною сферами, а також підвищенню конкурентоспроможності як окремих суб'єктів господарювання, так і економіки в цілому [8].

Т. В. Аверіхіна констатує наявність достатньо чітко позначених стійких тенденцій кореляції між чинними показниками стану економічних систем та їх конкурентоспроможністю на всіх ієрархічних рівнях економічних систем: макроекономічному (держава), мезоекономічному (регіони) і мікроекономічному (підприємства) рівнях [9].

3. Найвідоміші та найвпливовіші глобальні корпорації виявляють переваги у відстоюванні екологічних норм і готуються до їх застосування ще до того, як вони стануть законами. Найрозвинутіші корпорації світу підтримують екологічне законодавство як засіб отримання переваги над своїми конкурентами. По суті, навіть якщо новий регламент шкодить фірмі в короткостроковій перспективі, компанії легше його прийняти, бо вона знає, що це може ще більше зашкодити їх конкурентам, та отримати перші місця з різних позицій у довгостроковій перспективі [4].

Також застосування практик сталого розвитку міжнародними корпораціями може виявитись вигідним для компаній та привести останні до фінансового успіху.

В. В. Семеніхіна наголошує, що саме дотримання вимог соціальної відповідальності дозволить підприємству набути ознак економічної успішності та сформувати ефективний бренд роботодавця [10].

Крім того здійснення екоорієнтованої діяльності може підвищити задоволеність споживачів, що у свою чергу може бути використано як інструмент маркетингу.

М. Ходжастехпур та Р. Джонс доводять, що посилення уваги КСВ-корпорацій до екологічного аспекту позитивно впливає на їх репутацію/бренд і прибутковість [6]. Зростання рівня екологічної відповідальності корпорацій може збільшити її життєздатність на ринках, оскільки більша обізнаність щодо цієї теми як на соціальному, так і на ринковому рівнях користується все більшим попитом. Клієнти стають лояльніші та відповідають із загальним задоволенням, коли компанії мають кращу КЕВ.

Компанії, які досягли значних здобутків у формуванні власних брендів (у тому числі, екологічного, зеленого, органічного, сталого розвитку та інших), мають найвищі позиції у всесвітніх корпоративних рейтингах [11], найвідоміші з яких: рейтинг глобальних 100 найбільш стійких корпорацій – позиціонування світових лідерів у галузі корпоративної стійкості, включаючи тих, які змогли збалансувати екологічні, соціальні та економічні показники, одночасно забезпечуючи високу віддачу інвесторам; рейтинг найкращих глобальних зелених брендів; рейтинг 10 найбільш екологічних брендів Америки тощо.

Згідно з дослідженнями, проведеними Глобальним інститутом репутації у 2017 році, індекс КСВ, який враховує і вплив на навколишнє середовище в аспектах управління, корпоративного громадянства й умов праці, КСВ корпорацій світу було пов'язано з продажами компаній (рис. 1).

Згідно з діаграмою (рис. 1), можна спостерігати пряму залежність між рівнем КСВ і часткою обсягів продажів, що пов'язані з КСВ, у загальному обсязі продажів компаній. Зі зростанням рівня КСВ компанії у обсягах її

продажів збільшується питома вага частки продажів, пов'язаних з КСВ, які у цьому контексті розглядають як репутаційний фактор компанії.

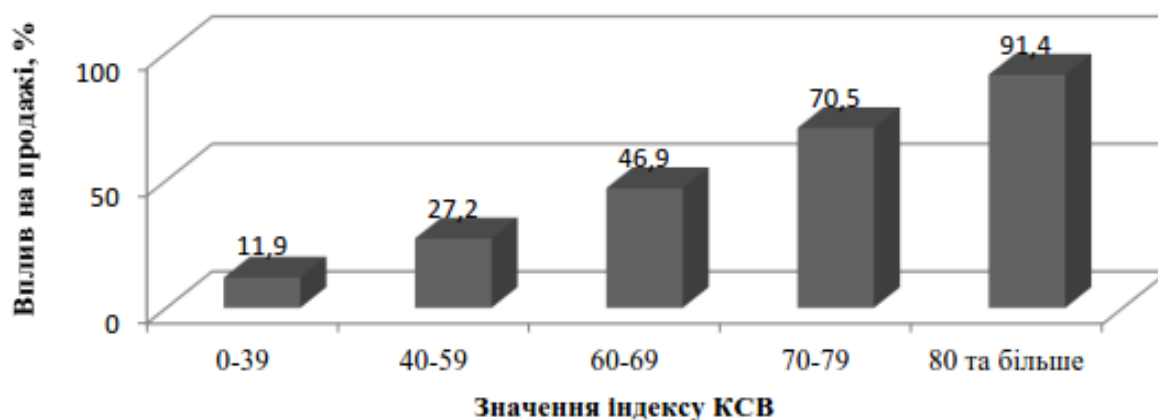


Рис. 1. Залежність частки продажів, що залежить від КСВ, у загальному обсязі продажів корпорацій, від КСВ, оціненої індексом КСВ

Джерело: побудовано на основі [10]

Разом з тим, є деякі обмежувальні фактори стосовно підвищення рівня корпоративної екологічної відповідальності транснаціональних корпорацій у країнах світу.

1. Компаніям потрібно оновлювати технології у екологозахисному напрямку, впроваджувати ресурсозберігаючі, заощаджувальні технології, організовувати рециклінг. Однак при цьому такі нові технології часто занадто дорогі, і не тільки для малих підприємств, які не є активними у міжнародному бізнесі та обмежено присутні на території інших країні, але й навіть для великих, у тому числі ТНК зі значною присутністю в країнах світу.

2. Відсутність гармонізації нормативних актів у сфері екологічного законодавства між державами. Наявні значні відмінності у регулюючих вимогах стосовно поводження до навколишнього середовища в країнах, що обмежує можливості ТНК формувати та реалізовувати єдині екологічні стратегії поведінки у різних країнах.

3. Неузгодженість екологічних, технічних і соціальних аспектів у інноваційній діяльності ТНК. Як вказує С. М. Лутковська, перехід на модель сталого розвитку потребує гармонійного поєднання соціально-економічного зростання й екологічної безпеки. Істотну роль у цьому процесі відіграє узгодження

застосування техніко-технологічних та організаційно-економічних інновацій у ресурсо-екологічній сфері [8].

Отже, ТНК, з одного боку, мають розширювати межі екологічної відповідальності в країнах світу, враховувати зміни у навколишньому природному середовищі, підвищувати екосвідомість працівників, дбайливо ставитися до ресурсів, таких як вода, енергія, сміття тощо з урахуванням впливів, що відбуваються у соціальному середовищі на національному, регіональному та глобальному рівнях, і які матимуть відповідний вплив на подальший розвиток процесів екозахисної діяльності; з іншого боку, мають враховувати обмежуючі фактори, що перешкоджають збільшенню рівня їх екологічної відповідальності.

В існуючій термінології з корпоративної відповідальності наявні різні трактування сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність», відмінні погляди щодо розгляду у складі корпоративної соціальної відповідальності екологічного аспекту діяльності транснаціональних корпорацій, а також наявний дослідницький вектор екологічної відповідальності як окремих напрямків досліджень корпоративної відповідальності транснаціональних корпорацій. Все це об'єктивно обумовлює необхідність вивчення й оцінки корпоративної діяльності транснаціональних компаній з урахуванням впливу кожного фактору (соціального, екологічного тощо) у сукупній корпоративній соціальній відповідальності.

В подальших дослідженнях потрібно акцентувати увагу окремо на екологічних аспектах ставлення компаній до навколишнього природного середовища та соціальних аспектах відносин у суспільстві як факторів корпоративної відповідальності корпорацій задля посилення значущості кожного з них.

Список використаних джерел

1. Yusuf, H. O., Omoteso, K. Combating environmental irresponsibility of transnational corporations in Africa: an empirical analysis. *Local Environment*, 2015, 21 (11), p. 1372–1386. doi:10.1080/13549839.2015.1119812
2. Wikipedia . URL: <https://en.m.wikipedia.org/>.
3. Охріменко, О. О. Іванова Т. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О. О. Охріменко. Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
4. Балусєва, О. В., Боднарук О. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Маріуполь: ДонДУУ, 2017. 284 с.
5. Sprinkle, G. B., Maines L. A. The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business*

Horizons. 2010. № 53 (5). P. 445–453.

6. Khojastehpour M., Johns R. The effect of environmental CSR issues on corporate/brand reputation and corporate profitability. *European business review*. 2014. № 26 (4). P. 330–339.
7. Белобородова, М. В. Управління екологічними ризиками в стратегії розвитку промислових підприємств. *Економіка і організація управління*. 2020. № 1. С. 39–48.
8. Лутковська, С. М. Модернізація системи екологічної безпеки еколого-економічного розвитку. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. № 4 (4). С. 216–225.
9. Аверіхіна Т. В. Науково-методичні засади інструментального забезпечення екологічної конкурентоспроможності товаровиробників : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.06 / Т. В. Аверіхіна; НАН України, Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2016. – 20 с.
10. Семеніхіна, В. В. Соціо-екологічний вектор розвитку діяльності сучасного успішного підприємства. *Економіка і організація управління*. 2019. № 4. С. 186–197.
11. Ranking the brands. URL: <https://www.rankingthebrands.com>.
12. Екологічна відповідальність: досвід ЄС та можливості для України: аналітичний документ. 2018. Квітень. 42 с. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/webenvironmental-liabilityua2018.pdf>.