

*Секція: Економічні науки*

**Касич Алла Олександрівна**

*доктор економічних наук, професор*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

**Паламарчук Валентина Андріївна**

*аспірантка*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

## **ЕКОЛОГІЧНА СТРАТЕГІЯ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проблеми охорони навколишнього середовища, обмеженість природних ресурсів, збільшення показників споживання тощо – є неповним переліком причин необхідності впровадження екологічних стратегій в бізнесі. Перед підприємствами України стоїть завдання переосмислення ставлення до довкілля в напрямку реалізації екологічної стратегії, яка спрямована на: мінімізацію негативного впливу на довкілля; ощадливе використання природних ресурсів; підвищення ефективності діяльності підприємств; формування позитивного іміджу; одержання ринкових та конкурентних переваг.

Імплементація такої стратегії в практику промислових підприємств України можлива за умови ведення екологічної діяльності, дотримання природоохоронних норм, упровадження ресурсозберігаючих технологій, дотримання екологічних параметрів виробництва продукції і задоволення інтересів стейкхолдерів.

**Метою** є дослідження передумов розроблення та впровадження екологічної стратегії на промислових підприємствах України задля підвищення їх конкурентоспроможності.

На сьогоднішній день науковцями обґрунтовано та використовується десятками підприємств ряд усталених екологічних стратегій розвитку, кожен її вид відображає як інституціональні умови формування, так і об'єктно-суб'єктний склад, стратегічні переваги тощо.

Беррі М. і Рондінеллі Д. [1], Генч Е. і Бенедетто К. [2], Кім К. [3], Сикдар С. [4] зробили простий поділ екологічних стратегій на:

- реактивні, що відображаються в коригувальних заходах, які здійснюються у відповідь на конкретну екологічно неприйнятну чи небезпечну ситуацію;
- проактивні, основною метою яких є передбачення та запобігання екологічним проблемам.

Наприклад, Жардінс Д. [5], Дерій Ж. та Зосименко Т. [6] виділяли, за типом стратегічних переваг від реалізації, іміджеву та реальну стратегії. Пріоритетним завданням іміджевої стратегії виступає створення прибутку, на основі гудвілу, позитивного іміджу підприємства, який породжує вирішення екологічних проблем. Реальна стратегія надає змогу підприємству отримати реальну економічну вигоду, а саме: зниження собівартості за рахунок ресурсозберігаючих технологій, повторне використання відходів тощо, від вирішення екологічних проблем.

На основі Глобального договору ООН [7] та наукових праць Грішнєвої О., Брінцевої О. [8] та Колота А. [9], де розглянуто напрямки реалізації екологічної стратегії, можна виділити кілька її видів:

- стратегія відповідальності перед стейкхолдерами, що базується на захисті та відновленні природного середовища, що визначено стратегічними пріоритетами підприємства; діяльності в межах вимог

екологічного законодавства; бізнес-культури, заснованій на екологічних цінностях;

- стратегія сировинного та енергетичного менеджменту, яка передбачає постійний аналіз екологічних досягнень та пошук нових екологічних рішень; аналіз екологічних витрат, регулярне звітування, ефективне використання природних ресурсів;
- стратегія дотримання екологічних зобов'язань, в основу якої покладено відповідальність перед стейкхолдерами за сучасну та майбутню діяльність; публічний доступ до інформації про вплив на довкілля, звітування; урахування громадської думки в межах соціального діалогу при розробці та реалізації власних проєктів.

Тобто, екологічну стратегію можна розглядати з кількох цільових ракурсів:

- *як концептуальний інструмент дотримання екологічних вимог у процесі всього виробництва, що зумовлює результативність та ефективність діяльності в ринкових умовах;*
- *як одну з функціональних стратегій, яка визначає загальну корпоративну стратегію діяльності та забезпечує синергетичний ефект між основними сферами розвитку, завдяки впровадженню екологічних параметрів, що в подальшому провокує підвищення конкурентних переваг підприємницької структури в умовах ринкового середовища;*
- *як екологічну політику, пов'язану із забезпеченням сталого розвитку екології в процесі діяльності суб'єкта господарювання;*
- *як екологічний параметр навантаження на довкілля в загально корпоративній стратегії розвитку суб'єкта підприємництва, тобто елемент безперервного функціонування в умовах необхідності дотримання природоохоронних норм та вимог;*

- як стратегічний напрям інноваційного розвитку, який пов’язаний із внутрішніми та зовнішніми засадами екологізації функціонування та забезпечує реалізацію загальної стратегії розвитку підприємства.

Проведене дослідження показало, що на сьогоднішній день значна увага приділяється захисту навколишнього середовища. Оскільки саме на підприємстві починається і реалізується поетапний процес впливу на довкілля, одним з основних факторів конкурентоспроможності стає екологізація їх діяльності. Перехід до екологічної діяльності передбачає розробку цілеспрямованих та продуманих дій і заходів у межах екологічно спрямованої стратегії, яка повинна:

- по-перше, визначати узагальнений напрям діяльності підприємства в екологічній сфері;
- по-друге, забезпечити досягнення екологічних цілей і задач;
- по-третє, усе вище перераховане має бути розраховане на довгострокову перспективу.

Окрім того, дослідження дало змогу запропонувати більш розгорнуте трактування екологічної стратегії – як модель стратегічно-довгострокового забезпечення та обґрунтування еко зберігаючих дій, процедур в рамках визначеного рівня суб’єкта підприємництва, охоплюючи внутрішні та зовнішні аспекти екологічного розвитку. Вона передбачає екологічно зберігаючі процеси господарювання як у цілому, так і в рамках певних структурних напрямів, а також зумовлює балансування або пріоритетність інтересів підприємства в економічній та екологічній сферах.

### **Література**

1. Berry M.A., Rondinelli D.A. Proactive corporate environmental management: a new industrial revolution. Acad. Manag. Perspect. 1998. 12 (2) P. 38-50.

2. Genç E., Di Benedetto C.A. A comparison of proactive and reactive environmental strategies in green product innovation. *Int. J. Innovat. Sustain. Dev.*, 2019. 13 (3/4). P. 431.
3. Kim K. Proactive versus reactive corporate environmental practices and environmental performance. *Sustainability*. 2018. 10 (2). P. 97.
4. Sikdar S. Environmental protection: reactive and proactive approaches. *Clean Technol. Environ. Policy*. 2019. 21. P. 1-2.
5. Desjardins J. Corporate Environmental Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 1998. Vol. 17. №8. P. 825-838.
6. Дерій Ж. В. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності: світовий досвід та українські реалії. Актуальні проблеми економіки. Національна академія управління. Випуск 11. 2016. С. 278-290.
7. Глобальний Договір ООН. Посібник із сталого розвитку компанії. URL: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).
8. Грішнова О., Брінцева О. Впровадження екологічної відповідальності в практику менеджменту вітчизняних підприємств. Вісник Київського національного університету ім. Т.Г. Шевченка. 2013. № 10 (151). С. 12–18.
9. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін. ; / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К. : КНЕУ. 2012. 501 с.