

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.292>

JEL classification: G20, M14, Q01, Q56

UDC: 330.341:330.15

Максим ЖИВКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Західноукраїнський національний університет, Україна
E-mail: m.zhyvko@wunu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-7663-5737

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) через призму зеленої економіки, акцентуючи увагу на необхідності інтеграції екологічно стійких практик у корпоративну стратегію. Проаналізовано моделі КСВ, які зосереджуються на зменшенні екологічного впливу і сприянні сталого розвитку, як компанії можуть використовувати свої ресурси для позитивного впливу на довкілля та суспільство. Висвітлено інноваційні підходи до управління відходами, використання альтернативної енергії, зелені технології та приклади провідних компаній, які ефективно впроваджують ці стратегії. Підкреслено значення корпоративної прозорості, етики, а також участі стейкхолдерів у формуванні стійкого бізнес-середовища.

Метою дослідження оцінено кейси великих міжнародних компаній, які активно інтегрують КСВ у свої бізнес-моделі у контексті зеленої економіки. Проаналізовано стратегії та підходи до управління відходами, використання відновлюваних ресурсів, ініціативи по збереженню біорізноманіття.

Методологія дослідження базується на використанні інтердисциплінарного підходу, що об'єднує елементи екології, економіки та соціології, для аналізу впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на стійкий розвиток та зелену економіку.

Результати дослідження вказують, що компанії, які активно впроваджують КСВ у свої корпоративні стратегії, зазвичай досягають вищих показників ефективності. Це включає зменшення викидів вуглекислого газу, оптимізацію використання ресурсів, та підвищення рециклінгу. Приклади з різних індустрій показали, що інтеграція зелених технологій і процесів може також збільшити конкурентоздатність компаній.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; зелена економіка; управління відходами; сталий розвиток; альтернативні джерела енергії; корпоративна прозорість; біорізноманіття; стейкхолдери; використання ресурсів.

Вступ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) відіграє все більш значущу роль у сучасному бізнес-середовищі, що розвивається під впливом глобальних екологічних, соціальних та економічних викликів. Цей підхід до ведення бізнесу, який включає врахування

інтересів усіх зацікавлених сторін, зосереджується на створенні доданої вартості не лише для акціонерів, але й для суспільства в цілому. Особливої актуальності КСВ набуває в контексті зеленої економіки, що орієнтована на досягнення сталого розвитку через ефективне використання ресурсів, зниження впливу на

© Максим Живко, 2024

Отримано: 04.02.2024 р.

Рекомендовано до друку: 16.02.2024 р.

Опубліковано: 28.02.2024 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати: Живко М. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті зеленої економіки. Економічний аналіз. 2024. Том 34. № 1. С. 292-304. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.292>

навколишнє середовище та підтримку соціальної рівності.

Зелена економіка представляє собою нову модель економічного розвитку, яка сприяє покращенню добробуту та соціальної справедливості при одночасному зниженні екологічних ризиків та дефіцитів екосистем. Вона передбачає перехід від традиційних економічних моделей, що базуються на невичерпному використанні природних ресурсів та високих рівнях забруднення, до моделей, що підтримують екологічну стійкість та раціональне використання ресурсів. У цьому контексті корпоративна соціальна відповідальність виступає як ключовий механізм для бізнесу, що дозволяє інтегрувати екологічні та соціальні аспекти в їхню діяльність.

Компанії, які активно впроваджують принципи КСВ у свої бізнес-стратегії, можуть досягати значних переваг. Це включає підвищення репутації та довіри з боку споживачів, збільшення інвестиційної привабливості, зниження операційних ризиків та покращення конкурентоспроможності. Успішна реалізація КСВ сприяє не лише економічному зростанню, але й соціальному розвитку, створюючи умови для формування сталих спільнот.

Слід зазначити, що особливості корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), зеленої економіки та екологічної відповідальності бізнесу знаходять все більший відбиток у сучасних наукових дослідженнях. Тут можна назвати роботи, присвячені КСВ, таких авторів, як Аллен Б., Бокен Н., Гейсдоерфер М., Говді Дж., Дамато Д., Доменеч Т., Дросте Н., Друммонд П., Екінс П., Елкінгтон Дж., Керхер Дж., Меснер С., Пансера М., Печчі А., Райке Д., Савагет П., Теодор Дж., Францешіні С., Форрестер Дж., Хеккерт М. та інші. Водночас потребують поглиблення дослідження нових бізнес-моделей, які базуються на принципах екологічної відповідальності та сталого використання ресурсів із врахуванням ролі державної політики та регулювання у стимулюванні бізнесу до впровадження екологічно відповідальних практик.

Мета статі

Метою дослідження є роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у контексті зеленої економіки, аналіз теоретичних та практичних аспектів інтеграції екологічної та соціальної відповідальності бізнесу, а також виявлення ключових тенденцій та викликів, що виникають при переході до сталих бізнес-моделей. Стаття спрямована на розкриття взаємозв'язку між принципами КСВ та концепцією зеленої економіки, а також на висвітлення успішних прикладів реалізації КСВ в різних секторах економіки, що сприяють збереженню навколишнього середовища та забезпеченню довгострокового економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження

У сучасному світі концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набуває дедалі більшого значення, особливо в умовах глобальних екологічних викликів та переходу до зеленої економіки. КСВ передбачає, що компанії беруть на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство та навколишнє середовище, впроваджуючи етичні, соціальні та екологічні практики. Зелена економіка, у свою чергу, спрямована на сталий розвиток шляхом ефективного використання ресурсів та зниження екологічного впливу.

Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), «стійкий бізнес», «корпоративна стійкість» та «відповідальне ведення бізнесу» тісно пов'язані і часто використовуються взаємозамінно, особливо в контексті державної політики щодо бізнесу. Проте в управлінні ці поняття прийнято розрізняти.

Ідея про те, що компанії несуть відповідальність перед суспільством загалом, а не лише перед своїми інвесторами та акціонерами, виникла в результаті промислової революції XIX ст. У цей період вона в основному виражалася через благодійну діяльність [1]. У XX ст. концепція набула подальшого розвитку, і в 1950 рр. соціальна відповідальність бізнесу стала предметом наукових досліджень. У 1953 р. була опублікована знакова робота «Соціальна відповідальність бізнесу», в якій американський професор Г. Боуен вперше

використав термін корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) [2]. Він визначив КСВ як «обов'язок бізнесмена реалізовувати таку стратегію, приймати такі рішення та дотримуватися таких орієнтирів, які б відповідали цінностям суспільства та сприяли досягненню цілей суспільства». Незважаючи на те, що Г. Боуен аргументував свою тезу про те, що соціальна відповідальність вигідна і для самих підприємців, його ідеї викликали широкий суспільний резонанс, оскільки багато хто сприймав їх як загрозу капіталізму. Однак, на тлі розвитку інвайронменталізму (*англ. environmentalism від англ. environment — довкілля, природа*) у 1960 рр. ці ідеї знову набрали популярності.

А. Керролл представив концепцію «піраміди КСВ» та виділив чотири складові відповідальності підприємств: економічну (бути прибутковою компанією та задовольняти потреби споживачів); правову (*комплаєнс (англ. compliance – згода, відповідність)*, тобто дотримання правових розпоряджень); етичну (дотримуватися етичних норм і очікувань суспільства); філантропічну (добровільно брати участь у покращенні добробуту суспільства). Він визначив КСВ як «відповідність компанії економічним, правовим, етичним та іншим очікуванням, які суспільство покладає на неї в конкретний період часу» [3]. Незважаючи на те, що дане визначення набуло широкого поширення, воно не стало універсальним. На даний момент не існує консенсусу щодо поняття корпоративної соціальної відповідальності [4]. Запобігає появі універсального визначення та існування численних понять, таких як «корпоративне громадянство», які за своїм значенням повністю або частково збігаються з КСВ.

Крім концепції «піраміди Керролла», можна назвати такі значні підходи до розуміння відповідального ведення бізнесу, як концепція потрійного результату Д. Елкінгтона і теорія стейкхолдерів Еге. Фрімана.

Концепція потрійного підсумку (*англ. – triple bottom line, TBL*) передбачає, що компаніям потрібно враховувати як фінансові показники своєї діяльності, а й соціальні й екологічні. Таким чином, будь-який бізнес базується на трьох підставах: Люди, Планета, Прибуток (*People, Planet, Profit – 3P*) [5]. Компанії повинні

звітувати та оцінювати свою діяльність за кожною з цих сфер, в ідеалі досягаючи однаково позитивних результатів. Даний підхід зараз також користується популярністю, і у звітах багатьох корпорацій зустрічається такий поділ підсумків діяльності з відповідних підстав.

Теорія зацікавлених сторін, або теорія стейкхолдерів (*англ. stakeholder – зацікавлена сторона*), була представлена Е. Фріманом у середині 1980 рр. Відповідно до цієї теорії, у всіх підприємств є зацікавлені сторони, або стейкхолдери, які поділяються на два типи: 1) первинні стейкхолдери, необхідні для зростання та виживання компанії (споживачі, співробітники, постачальники, соціальні та громадські групи, інвестори, акціонери); 2) вторинні стейкхолдери, які впливають на первинних (ЗМІ, держава, конкуренти). Компанії повинні вибудувати позитивні та взаємно задовольняючі відносини з усіма зацікавленими сторонами, інакше первинні стейкхолдери можуть відмовитися підтримувати компанію, тобто споживачі можуть припинити купувати продукцію та/або користуватися послугами, інвестори можуть вивести свої активи, а співробітники звільнитися. У разі якщо вторинні стейкхолдери виявлять, що їхні інтереси ущемлені діями компанії, вони мають достатні засоби, щоб негативно вплинути на первинних стейкхолдерів. Таким чином, керівництво компанії має балансувати з урахуванням інтересів усіх цих груп. Такий прагматичний підхід зараз вважається найбільш перспективним і є домінуючим.

Застосовувати стосовно бізнесу слова «стійкий» та «стійкість» стали відносно нещодавно. Насамперед цьому сприяла поява поняття «стійкий розвиток». Його класичне визначення було дано у доповіді Всесвітньої комісії з питань довкілля та розвитку «Наше спільне майбутнє», де під сталим розвитком розуміється такий розвиток, який «відповідає потребам нинішнього покоління, не позбавляючи майбутні покоління можливості задовольняти свої потреби» [6]. Іншими словами, розвиток можна вважати стійким, якщо він дає позитивні результати як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Орієнтацію на довгострокові цілі

називають лонг-термізмом (*англ. long-term – довгостроковий*). Йому протиставляють шорт-термізм (*англ. short-term – короткостроковий*), тобто прагнення отримати негайні вигоди за будь-яку ціну, наприклад, коли компанії концентрують увагу на збільшенні щоквартального прибутку, не думаючи про довгострокові наслідки своєї діяльності та такі майбутні виклики, як адаптація до кліматичних, демографічних, економічних та інших змін. Багато фахівців у сфері КСВ та сталого розвитку звинувачують саме шорт-термізм у тих екологічних, соціальних та економічних проблемах, з якими зіткнулося сучасне суспільство. Таким чином, відмінною рисою концепції «стійкого бізнесу» від КСВ є те, що стійкі підприємства при прийнятті стратегічних рішень враховують як короткострокову, так і довгострокову перспективи, тоді як у концепції корпоративної соціальної відповідальності такої складової немає. Отже, наслідуючи логіку канадських дослідників П. Бансал і М. Дежарден, корпоративну стійкість можна визначити як здатність компанії реалізовувати короткострокові фінансові цілі, не позбавляючи

при цьому себе та інших можливостей задовольняти свої потреби у майбутньому [7].

Отже, поява стійкого підприємництва – це кінцева мета, а розвиток КСВ є етапом шляху до її досягнення. У зв'язку з цим було вирішено використати в назві роботи поняття «стабільний бізнес». З іншого боку, оскільки значну частку приватного сектора можна співвіднести лише з першим етапом зазначеного вище процесу, будь-які заходи, створені задля просування корпоративної соціальної відповідальності, у результаті мають призвести до формування сталого підприємництва. Саме тому у цьому дослідженні терміни «корпоративна соціальна відповідальність» та «корпоративна стійкість» щодо державної політики з цього питання будуть використані як синоніми.

Корпоративна соціальна відповідальність виникла як відповідь на суспільні очікування щодо етичної поведінки бізнесу. Вона включає різні аспекти, такі як захист прав працівників, участь у соціальних проєктах, підтримка громад та екологічна відповідальність. Еволюція КСВ відбувалася паралельно з посиленням уваги до екологічних питань, що в кінцевому рахунку призвело до її інтеграції в зелену економіку (рис. 1).

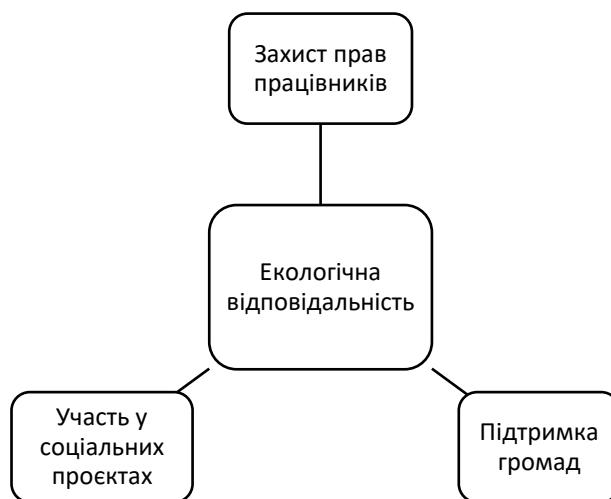


Рис. 1. Основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності.

Забезпечення справедливих умов праці, гідної оплати, безпеки на робочому місці та можливостей для професійного розвитку. Це також включає запобігання дискримінації та підтримку рівних можливостей для всіх працівників. Активна участь компаній у розвитку місцевих громад через інвестиції в

освітні, культурні, спортивні та інші соціальні проєкти [8]. Це може включати спонсорство, благодійність та волонтерські програми. Взаємодія з місцевими громадами для розуміння їхніх потреб та інтересів, а також сприяння їхньому економічному та соціальному розвитку. Це включає діалог з

громадою та участь у місцевих ініціативах. Зниження негативного впливу на навколишнє середовище через впровадження екологічно чистих технологій, зменшення викидів парникових газів, мінімізацію відходів та раціональне використання природних ресурсів. Це також включає розробку та впровадження екологічних продуктів і послуг.

Зелена економіка базується на принципах сталого розвитку, які включають раціональне використання природних ресурсів, зниження викидів парникових газів, запобігання

забрудненню та підтримку біорізноманіття. Ці принципи стають основою для розробки та впровадження політик, що стимулюють бізнес до екологічної відповідальності [9]. Зелена економіка є моделлю економічного розвитку, яка орієнтована на досягнення сталого розвитку шляхом гармонійної інтеграції економічних, соціальних та екологічних цілей. Вона спрямована на створення умов для добробуту людей при одночасному збереженні та відновленні природних екосистем (табл. 1).

Таблиця 1. Основні принципи зеленої економіки

Раціональне використання природних ресурсів	
Раціональне використання природних ресурсів передбачає ефективне та стаке управління ресурсами, такими як вода, земля, мінерали та біологічні ресурси.	
Ефективність використання ресурсів	Оптимізація використання сировини та матеріалів у виробничих процесах для зменшення відходів та підвищення продуктивності.
Відновлювані ресурси	Переважне використання відновлюваних ресурсів, таких як сонячна та вітрова енергія, біомаса та гідроенергія, замість невідновлюваних ресурсів.
Циркулярна економіка	Перехід від лінійної моделі виробництва та споживання (взяти, використати, викинути) до циркулярної моделі, яка передбачає повторне використання, переробку та відновлення матеріалів.
Зниження викидів парникових газів	
Зелена економіка прагне мінімізувати вплив на клімат шляхом скорочення викидів парникових газів.	
Енергоефективність	Впровадження технологій та практик, що дозволяють зменшити споживання енергії в промисловості, транспорті, будівництві та побуті.
Чиста енергія	Перехід на використання джерел енергії з низьким вмістом вуглецю, таких як відновлювані джерела енергії (сонячна, вітрова, гідроенергія) та ядерна енергетика.
Скорочення викидів	Зниження викидів від транспорту, промисловості та інших секторів через використання екологічно чистих технологій та регуляторних заходів.
Запобігання забрудненню	
Зелена економіка включає заходи з запобігання забрудненню навколишнього середовища та підтримання його якості.	
Контроль за забрудненням	Впровадження технологій та методів для зменшення забруднення повітря, води та ґрунтів. Це може включати використання фільтрів, очисних споруд та екологічно чистих матеріалів.
Зменшення відходів	Розвиток систем управління відходами, що включають сортування, переробку та утилізацію відходів, з метою мінімізації їх обсягів та шкідливого впливу на навколишнє середовище.
Екологічно чисті технології	Використання технологій, що мають мінімальний вплив на навколишнє середовище, таких як зелене будівництво, екологічний транспорт та виробничі процеси з низьким рівнем забруднення.

Продовження таблиці 1

Підтримка біорізноманіття	
Зелена економіка також спрямована на збереження та відновлення біорізноманіття, яке є основою стійкості екосистем.	
Охорона природних територій	Створення та підтримка природоохоронних зон, заповідників та національних парків для збереження природних екосистем та видів.
Відновлення екосистем	Реалізація проектів з відновлення деградованих земель, лісів та водних екосистем, що сприяє відновленню біорізноманіття та екосистемних послуг.
Захист видів	Впровадження заходів для захисту рідкісних та зникаючих видів тварин і рослин, включаючи програми розмноження, захисту місць проживання та контроль за браконьерством.
Стимулювання бізнесу до екологічної відповідальності	
Ці принципи стають основою для розробки та впровадження політик, що стимулюють бізнес до екологічної відповідальності.	
Екологічні регуляції	Встановлення законодавчих вимог та стандартів щодо охорони навколишнього середовища, що зобов'язують компанії дотримуватися екологічних норм.
Фінансові стимули	Запровадження податкових пільг, субсидій та інших фінансових стимулів для компаній, що впроваджують екологічно чисті технології та практики.
Освітні програми та підвищення обізнаності	Організація навчальних програм та кампаній з підвищення обізнаності бізнесу та суспільства щодо важливості екологічної відповідальності та сталого розвитку.
Співпраця з зацікавленими сторонами	Взаємодія з урядами, неурядовими організаціями, науковими установами та громадськими організаціями для спільної реалізації проектів з екологічної відповідальності.

Запровадження цих принципів у бізнес-практики сприяє переходу до зеленої економіки, що забезпечує довгострокову стійкість та гармонійний розвиток суспільства та навколишнього середовища.

Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у зелену економіку є важливим кроком для досягнення сталого розвитку та зниження негативного впливу бізнесу на навколишнє середовище [10]. Цей процес передбачає впровадження екологічно відповідальних практик у всі аспекти діяльності компанії, від виробництва до управління ресурсами та взаємодії з зацікавленими сторонами. Основні напрями інтеграції КСВ у зелену економіку включають:

Розвиток екологічно чистих продуктів та послуг, оскільки компанії, що інтегрують КСВ у свою діяльність, активно працюють над розробкою та впровадженням екологічно чистих продуктів та послуг:

- Екодизайн: розробка продуктів, що враховують життєвий цикл від створення до утилізації, з метою мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище. Це може включати використання екологічно чистих матеріалів, зменшення ваги та об'єму продуктів, підвищення їхньої довговічності та можливості переробки.
- Екологічні послуги: надання послуг, що сприяють збереженню природних ресурсів та зниженню забруднення. Прикладом можуть бути енергоефективні будівлі, зелені транспортні рішення, консультаційні послуги з екологічного менеджменту та утилізації відходів.
- Маркування та сертифікація: використання екологічних маркувань та сертифікацій, що підтверджують екологічні переваги продуктів та послуг, підвищуючи їхню привабливість для свідомих споживачів.

- Зниження екологічного сліду виробництва, є одним з ключових напрямів інтеграції КСВ у зелену економіку:
- Енергозбереження: впровадження енергоефективних технологій та практик у виробничих процесах, з метою зменшення споживання енергії та зниження викидів парникових газів.
- Зменшення відходів: оптимізація виробничих процесів для зменшення утворення відходів, впровадження системи рециклінгу та повторного використання матеріалів.
- Забруднення: використання технологій очищення та зменшення викидів забруднювачів у повітря, воду та ґрунт, впровадження систем моніторингу та контролю за забрудненням.

Ефективне використання ресурсів та енергії, є важливим компонентом зеленої економіки:

- Оптимізація ресурсів: розробка та впровадження методів ефективного використання природних ресурсів, таких як вода, сировина та енергія, з метою мінімізації їх витрат та зменшення екологічного впливу.
- Відновлювані джерела енергії: перехід на використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна, вітрова, гідроенергія та біомаса, що зменшує залежність від викопних видів палива та сприяє зниженню викидів парникових газів.
- Інноваційні технології: впровадження нових технологій та рішень, що підвищують ефективність використання ресурсів та зменшують екологічний вплив виробничих процесів.
- Впровадження систем екологічного менеджменту, є основним інструментом для управління екологічними аспектами діяльності компанії:
- Стандарти ISO 14001: впровадження системи екологічного менеджменту відповідно до міжнародного стандарту ISO 14001, що допомагає компаніям структурувати свої екологічні практики та постійно покращувати їх.
- Екологічний аудит: проведення регулярних екологічних аудитів для оцінки відповідності екологічним стандартам та виявлення можливостей для покращення.

- Екологічні звіти: підготовка та публікація екологічних звітів, що демонструють досягнення компанії в сфері екологічної відповідальності та сталого розвитку, підвищуючи прозорість та довіру з боку зацікавлених сторін.

Взаємодія з зацікавленими сторонами, інтеграція КСВ та зеленої економіки вимагає активної взаємодії з різними зацікавленими сторонами, включаючи працівників, споживачів, інвесторів, постачальників, громадські організації та урядові структури [11]:

- Залучення працівників: створення корпоративної культури, що підтримує екологічну відповідальність, шляхом навчання та мотивації працівників до впровадження екологічних практик.
- Співпраця з постачальниками: встановлення екологічних вимог для постачальників та партнерів, з метою створення стійких ланцюгів постачання.
- Комунікація з споживачами: інформування споживачів про екологічні переваги продуктів та послуг, сприяння формуванню екологічно свідомого споживання.
- Партнерство з неурядовими організаціями та урядом: співпраця з громадськими організаціями та державними органами для реалізації спільних екологічних проектів та ініціатив.

Інтеграція КСВ у зелену економіку є комплексним процесом, що вимагає системного підходу та тісної співпраці з усіма зацікавленими сторонами. Це дозволяє компаніям не тільки знижувати свій екологічний вплив, але й підвищувати конкурентоспроможність, залучати інвестиції та створювати довгострокову додану вартість для суспільства та навколишнього середовища.

Компанії використовують різноманітні стратегії та інструменти для реалізації КСВ, включаючи екологічні аудити, звіти про сталий розвиток, сертифікацію за екологічними стандартами та впровадження екологічних інновацій. Важливою частиною цих стратегій є залучення зацікавлених сторін, включаючи працівників, споживачів, постачальників та місцеві громади [12].

Успішні приклади реалізації КСВ можна знайти в різних секторах економіки. Наприклад, компанії в галузі енергетики

впроваджують проекти з відновлюваної енергетики, виробники товарів споживання переходять на екологічно чисті матеріали та упаковку, а підприємства в сфері послуг розробляють програми з енергоефективності та зниження викидів.

Компанії в галузі енергетики активно впроваджують проекти з відновлюваної енергетики, що сприяють зниженню залежності від викопних видів палива та зменшенню викидів парникових газів:

Інвестиції у відновлювані джерела енергії: великі енергетичні компанії, такі як Iberdrola та NextEra Energy, інвестують мільярди доларів у розвиток сонячних, вітрових та гідроенергетичних проектів. Вони створюють нові робочі місця та сприяють зменшенню викидів CO₂.

Енергетичні кооперативи: локальні енергетичні кооперативи, такі як Co-op Power у США, об'єднують місцевих жителів для фінансування та впровадження проектів з відновлюваної енергетики, забезпечуючи енергонезалежність громад [13].

Виробники товарів споживання все частіше переходять на використання екологічно чистих матеріалів та упаковки, щоб зменшити свій екологічний слід.

Екологічна упаковка: компанія Unilever впровадила ініціативу «Less Plastic, Better Plastic, No Plastic», яка спрямована на зменшення використання пластику в упаковці продуктів. Вони використовують перероблені матеріали та розробляють біорозкладну упаковку.

Стійка мода: бренди одягу, такі як Patagonia та Stella McCartney, використовують органічні та перероблені матеріали у своїх колекціях. Вони також активно працюють над зменшенням відходів виробництва та підтримують етичні умови праці.

Підприємства у сфері послуг також активно розробляють програми з енергоефективності та зниження викидів [14].

Готельний бізнес: мережа готелів Marriott International впроваджує програму «Serve 360», яка включає заходи з енергоефективності, зниження викидів та управління відходами. Вони використовують енергоефективне освітлення, системи збереження води та екологічно чисті засоби для прибирання.

ІТ-компанії: технологічні гіганти, такі як Google та Microsoft, інвестують у відновлювану енергію для живлення своїх центрів обробки даних. Вони також розробляють програми з компенсації викидів вуглецю та підтримують ініціативи зі збереження біорізноманіття.

Компанії у сфері логістики та транспорту впроваджують екологічно чисті технології для зменшення впливу на навколишнє середовище.

Електромобілі: логістичні компанії, такі як UPS та DHL, інвестують у електромобілі та гібридні транспортні засоби для зменшення викидів вуглецю. Вони також впроваджують енергоефективні рішення для складів та логістичних центрів.

Залізничний транспорт: компанія Alstom розробила поїзди на водневих паливних елементах, які є екологічною альтернативою дизельним локомотивам. Вони сприяють зниженню викидів парникових газів у транспортному секторі.

Фінансові установи також активно впроваджують принципи КСВ, сприяючи сталому розвитку через свої інвестиційні рішення.

Зелені облігації: багато банків, такі як HSBC та Deutsche Bank, випускають зелені облігації, кошти від яких спрямовуються на фінансування екологічних проектів, таких як відновлювана енергетика, енергоефективні будівлі та управління відходами.

Соціально відповідальні інвестиції: інвестиційні фонди, такі як Parnassus Investments та Calvert Research and Management, пропонують портфелі, що інвестують у компанії з високими стандартами екологічної та соціальної відповідальності.

Ці приклади демонструють, як компанії у різних секторах економіки успішно реалізують стратегії КСВ, сприяючи сталому розвитку, збереженню навколишнього середовища та соціальному благополуччю. Вони показують, що інтеграція принципів КСВ у бізнес-діяльність може принести значні вигоди як для компаній, так і для суспільства в цілому.

Реалізація КСВ у контексті зеленої економіки стикається з рядом викликів, таких як високі початкові інвестиції, необхідність зміни організаційної культури, відсутність чітких регуляторних рамок та опір з боку деяких

зацікавлених сторін. Водночас, вона відкриває значні можливості для бізнесу, включаючи підвищення репутації, залучення нових

клієнтів, зниження операційних витрат та доступ до нових ринків (табл. 2).

Таблиця 2. Виклики корпоративної соціальної відповідальності в контексті зеленої економіки

Високі початкові інвестиції	
Капіталовкладення	Впровадження екологічних технологій та переходів на стійкі бізнес-практики часто вимагає значних фінансових інвестицій. Це може включати вартість нових обладнань, модернізацію інфраструктури та впровадження систем екологічного менеджменту.
Фінансові ризики	Невизначеність щодо повернення інвестицій та можливі фінансові ризики можуть стримувати компанії від інвестування в екологічні ініціативи.
Необхідність зміни організаційної культури	
Залучення працівників	Перехід до екологічно відповідальних практик вимагає зміни мислення та поведінки всіх працівників. Це може бути складним завданням, особливо в компаніях з традиційною корпоративною культурою.
Освітні програми	Необхідно проводити навчальні програми та тренінги для підвищення обізнаності працівників щодо важливості КСВ та їхньої ролі в досягненні сталого розвитку.
Відсутність чіткого регулювання	
Правова невизначеність	Відсутність чітких законодавчих та регуляторних вимог може створювати труднощі для компаній, які прагнуть впроваджувати КСВ. Це може включати непослідовні або недостатньо чіткі стандарти, що ускладнює дотримання екологічних норм.
Регуляторні зміни	Часті зміни в законодавстві можуть викликати невизначеність і ускладнювати планування довгострокових екологічних ініціатив.
Опір з боку деяких зацікавлених сторін	
Внутрішній опір	Деякі працівники або керівники можуть чинити опір змінам, пов'язаним з впровадженням КСВ, через страх перед невідомістю або небажання виходити із зони комфорту.
Зовнішній опір	Постачальники, партнери або клієнти можуть не підтримувати екологічні ініціативи компанії, що може ускладнити їх впровадження.

Подолання початкових труднощів і впровадження екологічно відповідальних практик можуть призвести до значних можливостей, включаючи підвищення репутації, залучення нових клієнтів, зниження витрат та доступ до нових ринків. Успішна реалізація КСВ потребує стратегічного підходу, інноваційних рішень та активної взаємодії з усіма зацікавленими сторонами (табл. 3).

Корпоративна соціальна відповідальність у контексті зеленої економіки є ключовим елементом сучасної стратегії сталого розвитку. Інтеграція екологічних та соціальних аспектів у бізнес-діяльність дозволяє компаніям не лише відповідати на виклики глобального масштабу, але й використовувати нові можливості для зростання та розвитку. Для досягнення успіху в

цій сфері необхідні комплексні підходи, інноваційні рішення та активна взаємодія з усіма зацікавленими сторонами.

Висновки

У сучасному світі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає невід'ємною частиною бізнес-стратегій, особливо в контексті зеленої економіки, яка прагне досягти сталого розвитку та збереження навколишнього середовища. Це дослідження продемонструвало важливість інтеграції КСВ у бізнес-практики та підкреслило її роль у сприянні екологічній відповідальності та соціальному благополуччю.

Таблиця 3. Можливості корпоративної соціальної відповідальності в контексті зеленої економіки

Підвищення репутації	
Імідж компанії	Активне впровадження КСВ підвищує репутацію компанії серед споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Це може призвести до зростання довіри та підтримки з боку громадськості.
Брендинг	Екологічно відповідальні практики можуть бути використані в маркетингових стратегіях для підвищення привабливості бренду.
Залучення нових клієнтів	
Екологічно свідомі споживачі	Зростання екологічної свідомості серед споживачів створює попит на стійкі продукти та послуги. Компанії, які впроваджують КСВ, можуть залучити нових клієнтів, які цінують екологічну відповідальність.
Розширення ринків	Виконання екологічних стандартів може відкрити доступ до нових ринків та партнерства, зокрема з компаніями та організаціями, що підтримують сталий розвиток.
Зниження операційних витрат	
Енергоефективність	Впровадження енергоефективних технологій та процесів може знизити витрати на енергію та ресурси, підвищуючи операційну ефективність.
Управління відходами	Ефективне управління відходами та впровадження практик рециклінгу можуть зменшити витрати на утилізацію та сприяти економії ресурсів.
Доступ до нових ринків	
Міжнародні стандарти	Відповідність міжнародним екологічним стандартам може дозволити компаніям вийти на глобальні ринки, де екологічні вимоги є обов'язковими.
Державні замовлення	Деякі уряди та міжнародні організації надають пріоритет компаніям, які дотримуються принципів КСВ, у державних закупівлях та тендерах.

Історично, концепція КСВ розвивалася як відповідь на суспільні очікування щодо етичної поведінки бізнесу, включаючи захист прав працівників, участь у соціальних проектах та екологічну відповідальність. Еволюція КСВ паралельно з посиленням уваги до екологічних питань призвела до її інтеграції в концепцію зеленої економіки.

Зелена економіка базується на принципах сталого розвитку, які включають раціональне використання природних ресурсів, зниження викидів парникових газів, запобігання забрудненню та підтримку біорізноманіття. Ці принципи формують основу для розробки політик, що стимулюють бізнес до екологічної відповідальності.

Інтеграція КСВ передбачає впровадження екологічно відповідальних практик у всі аспекти діяльності компанії. Це включає розвиток екологічно чистих продуктів та послуг, зниження екологічного сліду виробництва, ефективне використання ресурсів та енергії, а також впровадження систем екологічного менеджменту.

Компанії використовують різноманітні стратегії та інструменти для реалізації КСВ, включаючи екологічні аудити, звіти про сталий розвиток, сертифікацію за екологічними стандартами та впровадження екологічних інновацій. Залучення зацікавлених сторін, таких як працівники, споживачі, постачальники та місцеві громади, є важливою частиною цих стратегій. Уряди повинні розробляти та впроваджувати чіткі регуляторні рамки, що стимулюють бізнес до впровадження КСВ та принципів зеленої економіки. Це може включати податкові пільги, субсидії та інші фінансові стимули для компаній, що дотримуються екологічних стандартів.

Успішні приклади реалізації КСВ можна знайти в різних секторах економіки, таких як енергетика, виробництво товарів споживання, сфера послуг та логістика. Компанії впроваджують проекти з відновлюваної енергетики, переходять на екологічно чисті матеріали та упаковку, розробляють програми з енергоефективності та зниження викидів. Необхідно розробляти та впроваджувати

освітні програми для підвищення обізнаності працівників та керівників щодо важливості КСВ та сталого розвитку. Це сприятиме зміні організаційної культури та активному залученню всіх працівників до екологічних ініціатив. Компанії повинні інвестувати в дослідження та розробки нових екологічних технологій, продуктів та послуг. Це сприятиме зниженню екологічного сліду та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Важливою умовою успішної реалізації КСВ є тісна співпраця з усіма зацікавленими сторонами, включаючи працівників, споживачів, постачальників, громади та урядові структури. Спільні зусилля сприятимуть досягненню сталого розвитку та збереженню навколишнього середовища.

Реалізація КСВ стикається з викликами, такими як високі початкові інвестиції, необхідність зміни організаційної культури,

відсутність чітких регуляторних рамок та опір з боку деяких зацікавлених сторін. Водночас, вона відкриває значні можливості для бізнесу, включаючи підвищення репутації, залучення нових клієнтів, зниження операційних витрат та доступ до нових ринків.

Корпоративна соціальна відповідальність у контексті зеленої економіки є не лише етичним зобов'язанням бізнесу, але й стратегічною необхідністю для забезпечення довгострокового успіху та сталого розвитку. Інтеграція КСВ у бізнес-практики дозволяє компаніям знижувати екологічний вплив, підвищувати соціальне благополуччя та зміцнювати свою конкурентоспроможність. Важливо, щоб компанії, уряди та суспільство спільно працювали над створенням умов для реалізації цих принципів, сприяючи таким чином досягненню глобальних цілей сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Manfred P., Tolhurst N. Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully. John Wiley & Sons, Incorporated. 2010. P. 312.
2. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. University of Iowa Press. 2013. P. 6.
3. Carrol A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Social Performance. *The Academy of Management Review*. 1979. 4(4) P. 500.
4. Feller J. CSR Strategies in International Business. Concepts and Theories for a Competitive Edge. Hamburg: Anchor Academic Publishing. 2016. P. 12.
5. Slaper T.F., Hall T.J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? 2011. URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html>.
6. World Commission on Environment and Development. «Our common future». 1987. URL: https://digitallibrary.un.org/record/139811/files/A_42_427-EN.pdf.
7. Bansal P., DesJardine M. R. Business sustainability: It is about time. Strategic Organization. 2014. 12(1). P. 70.
8. Shah K. U., Arjoon S., Rambocas M. Aligning corporate social responsibility with green economy development pathways in developing countries. *Sustainable Development*. 2016. 24(4). 237-253.
9. Le T. T. How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*. 2022. 362. 132228.
10. Cai L., Le T. T. Natural resources and financial development: Role of corporate social responsibility on green economic growth in Vietnam. *Resources Policy*. 2023. 81. 103279.
11. Le T. T., Tran P. Q., Lam N. P., Tra M. N. L., Uyen P. H. P. Corporate social responsibility, green innovation, environment strategy and corporate sustainable development. *Operations Management Research*. 2024. 17(1). 114-134.
12. Chen D., Hu H., Chang C. P. Green finance, environment regulation, and industrial green transformation for corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2023. 30(5), 2166-2181.

13. Putri R. L., Werastuti D. N. S., Wahyono E., Hastuty E. D. Green Economy and Low Carbon Development Drive National Economic Growth and Improve Social Welfare. *Journal of Finance, Economics and Business*. 2023. 1(2), 157-185.

14. Lopes J. M., Oliveira J. C. Problems and solutions: the sustainable development goals in the age of green economy. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*. 2023. 17(4), 410-424.

REFERENCES

1. Manfred, P., and Tolhurst, N. (2010). *Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*. John Wiley & Sons, Incorporated.
2. Bowen, H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press, P. 6.
3. Carrol, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Social Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4) P. 500.
4. Feller, J. (2016). CSR Strategies in International Business. Concepts and Theories for a Competitive Edge. Hamburg: Anchor Academic Publishing, P. 12.
5. Slaper, T.F., Hall, T.J. (2011). *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?* <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html>
6. *World Commission on Environment and Development*. «Our common future». (1987). URL: https://digitallibrary.un.org/record/139811/files/A_42_427-EN.pdf
7. Bansal, P., DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70.
8. Shah, K. U., Arjoon, S., Rambocas, M. (2016). Aligning corporate social responsibility with green economy development pathways in developing countries. *Sustainable Development*, 24(4), 237-253.
9. Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*, 362, 132228.
10. Cai, L., and Le, T. T. (2023). Natural resources and financial development: Role of corporate social responsibility on green economic growth in Vietnam. *Resources Policy*, 81, 103279.
11. Le, T. T., Tran, P. Q., Lam, N. P., Tra, M. N. L., Uyen, P. H. P. (2024). Corporate social responsibility, green innovation, environment strategy and corporate sustainable development. *Operations Management Research*, 17(1), 114-134.
12. Chen, D., Hu, H., Chang, C. P. (2023). Green finance, environment regulation, and industrial green transformation for corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(5), 2166-2181.
13. Putri, R. L., Werastuti, D. N. S., Wahyono, E., Hastuty, E. D. (2023). Green Economy And Low Carbon Development Drive National Economic Growth And Improve Social Welfare. *Journal of Finance, Economics and Business*, 1(2), 157-185.
14. Lopes, J. M., Oliveira, J. C. (2023). Problems and solutions: the sustainable development goals in the age of green economy. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 17(4), 410-424.

Maksym Zhyvko, PhD in Economics, Associate Professor, Department of International Economic Relations, West Ukrainian National University, Ukraine

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF THE GREEN ECONOMY

Abstract

The article examines the concept of corporate social responsibility (CSR) through the lens of the green economy, focusing on the need to integrate environmentally sustainable practices into corporate strategy. CSR models that focus on reducing environmental impact and promoting sustainable development are analyzed, how companies can use their resources to positively impact the environment and society. Innovative approaches to waste

management, the use of alternative energy, green technologies and examples of leading companies that effectively implement these strategies are highlighted. The importance of corporate transparency, ethics, as well as the participation of stakeholders in the formation of a sustainable business environment is emphasized.

The purpose of the research is to evaluate cases of large international companies that actively integrate CSR into their business models in the context of the green economy. Strategies and approaches to waste management, use of renewable resources, initiatives to preserve biodiversity are analyzed. The research methodology based on the use of an interdisciplinary approach that combines elements of ecology, economics and sociology to analyze the impact of corporate social responsibility (CSR) on sustainable development and the green economy.

The results of the study indicate that companies that actively implement CSR in their corporate strategies usually achieve higher performance indicators. This includes reducing carbon dioxide emissions, optimizing the use of resources, and increasing recycling. Examples from various industries have shown that the integration of green technologies and processes can also increase the competitiveness of companies.

Keywords: corporate social responsibility; green economy; waste management; sustainable development; alternative energy sources; corporate transparency; biodiversity; stakeholders; resource use.

Cite as: Zhyvko, M. (2024). Corporate social responsibility in the context of the green economy. *Economic analysis*, 34 (1), 292-304.
DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.292>