

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2023. № 2.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.24>

УДК 339.9

Н. М. Рябець,

к. е. н., доцент кафедри міжнародного менеджменту,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2974-2975>

І. В. Тимків,

к. е. н., доцент кафедри міжнародного менеджменту,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1843-4504>

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ, ФАКТОРИ ТА МЕНЕДЖМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ НАРОСТАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

N. Riabets,

*Phd in Economics, Associate Professor of the Department of International
Management, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

I. Tymkiv,

*Phd in Economics, Associate Professor of the Department of International
Management, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

CONCEPTUAL PRINCIPLES, FACTORS AND MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF A BUSINESS ORGANIZATION IN THE CONDITIONS OF INCREASING CRISIS PHENOMENA IN THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM

У статті досліджено концептуальні засади категорії сталий розвиток бізнес-організації, адже саме стійкість та сталий розвиток бізнесу не лише залишається однією із найбільш складних проблем, що турбують глобальну наукову та бізнес-спільноту, але дедалі все більш актуалізується та популяризується. Було розглянуто становлення та еволюційний розвиток концепції сталого розвитку як глобального імперативу розвитку, що в свою чергу виступає концептуальним базисом моделі сталого розвитку бізнес-організації. Запропоновано сутність та критерії сталого розвитку бізнесу та ідентифіковано взаємозв'язок та його характер між сталим розвитком корпорації та корпоративною стійкістю. Особливу увагу в даній статті приділено дослідженню ролі соціальної відповідальності бізнесу як одного із домінуючого імперативу сталого розвитку бізнесової структури. Було запропоновано критеріальні ознаки та принципи стійкого розвитку бізнесу, систематизація яких дозволила ідентифікувати та розкрити роль соціальної відповідальності бізнесу як фактору сталого розвитку бізнес-організації.

In recent years, the issues associated with problems of the sustainable development, became a subject of discussion, both at the global and national levels. Steady interest growth is reflected in multiple international initiatives, as well as in a large number of scientific publications. Analyzing the current state theory concerning the sustainable development, it should be noted, that nowadays there is no common approach to the understanding the essence of the phenomenon and the content of the other relevant theoretical concepts. Debates are focused around the discussion of basic principles and factors of sustainability, lawfulness of the use of sustainable development concept in relation to business structure and private company, the type of the relationship between concepts of sustainable development of business organization and corporate sustainability. The Identification of factors which can have a significant impact on the sustainable development of company is of great importance both theoretically and practically. The analysis of existing scientific works and studies shows that currently there is no complex approach to the investigation of factors of sustainable development of business organization, that they focus on the research of individual factors. But at the same time according to the studies of leading analytical agencies, the number of requests from the investors, shareholders and other groups of the stakeholders for the practical implementation of the sustainable development growth by the companies' management demonstrates

a trend of active growth. The purpose of this article is to identify and systematize approaches to the interpretation of sustainable development of business structures, the principles of its practical implementation, as well as problems that companies may encounter in the process of transitioning to a sustainable development model. Separate attention is paid to the social responsibility of business as a priority among the remaining factors of ensuring the company's sustainable development.

Ключові слова: *сталий розвиток, бізнес-організація, теорія органічного зростання, стейкхолдери, соціальна відповідальність, корпоративна стійкість, запут соціуму, репутаційний капітал, мімікрія.*

Key words: *sustainable development, business-organization, theory of organic growth, stakeholders, social responsibility, corporate sustainability, demand of society, reputational capital, mimicry.*

Постановка проблеми. Протягом останнього часу питання, що ототожнюються із проблематикою досягнення та забезпечення стійкого розвитку перетворились на предмет дискусій, як на глобальному, так і національному рівнях, а зростаючий інтерес до окресленої теми засвідчують багато численні ініціативи як глобальні, так і багатосторонні, а також велика кількість наукових досліджень та публікацій. Як цілком справедливо наголошують американські науковці К. Хокерс та Т.Діллік, фокус дослідницької уваги яких становить саме сталий розвиток, «стійкість перетворилась на своєрідну мантру поточного, ХХІ століття» [1, с 30]. Переважна більшість дослідників та бізнес-практиків цілком справедливо наголошують на тому факті, що актуалізація проблематики стійкого розвитку, зокрема й бізнес організацій, перебуває у тісному зв'язку із багатьма причинами пізнавального, теоретичного та практичного змісту; формуванням нового комплексу довготривалих економічних та соціальних трендів, глобальних ризиків та трансформації їхньої видової структури; пошуком нових або ж оптимізації чинних моделей зростання та соціально-економічного вектору розвитку, особливістю якого має стати саме спрямування на забезпечення стійкого розвитку.

Аналізуючи сучасний рівень розвитку теорії стійкого розвитку, варто наголосити на тому факті, що наразі загальноприйнятий підхід до трактування контексту даного феномену та змісту відповідної дефініції є відсутніми. Досі тривають дискусійні сесії щодо системи принципів та імперативів стійкого розвитку, правомірності імплементації поняття «стійкий розвиток» по відношенню до бізнесової сфери та окремої господарської одиниці, зокрема. Все це, у свою чергу, актуалізує дослідження, фокус якого становить стійкий розвиток, передусім стійкий розвиток бізнес організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади стійкого розвитку були досліджені у наукових доробках таких авторів, як В.Вернадський, А.Печчеї, Д. Медоуз, Е. Пестель, Дж. Форрестер та інших, саме в їхніх статтях та доповідях були відображені різноманітні підходи щодо змістовного трактування терміну «стійкий розвиток» та його принципових засад. Щодо стійкого розвитку бізнес-організацій, то теоретичні засади було розкрито у працях Т. Гледвіна, Т. Діллака, Е. Крома, А. Ловінса, К. Хокертса, Р. Штойера та ряду інших авторитетних дослідників.

Постановка завдання. Мета даної статті полягає у ідентифікації та систематизації підходів до трактування стійкого розвитку бізнес-структур, принципів його практичної реалізації, а також проблем, на які можуть наражатися компанії у процесі переходу до стійкої моделі розвитку. Окремо увагу приділено соціальній відповідальності бізнесу як пріоритетному серед решти факторів забезпечення сталого розвитку компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж окреслити та дослідити концептуальні засади стійкого розвитку бізнес-організації, вважаємо за доцільне задля забезпечення більш якісного та повного аналізу, розглянути концептуалізацію стійкого розвитку(sustainable development) як такого, що слугує базисом стійкої моделі розвитку бізнесу. Так, концепція стійкого розвитку у наш час визнана усіма, без виключення, країнами-членами ООН, в якості одного із пріоритетних завдань та векторів розвитку людства,

переорієнтація на який має відбуватись і на національному і глобальному рівнях. Сама ж дефініція «стійкий розвиток» все активніше згадується глобальною бізнесовою спільнотою, використовується у корпоративних публікаціях та фігурує в різного рівня офіційної політико-економічної документації. Формування ж як такої концепції стійкого розвитку стало свого часу логічним наслідком процесу активної екологізації наукової та економічної сфер, що був притаманним періоду кінця шістдесятих-початку сімдесятих років минулого століття. В результаті в кості цілком очевидної та закономірної реакції на надмірне та неконтрольоване споживання, виникла та отримала імпульс ідея настання неминучої глобальної кризи, основними складовими якої є: перенаселення, надвиробництва та глобальної екологічної катастрофи

Концепція стійкого розвитку зазнала тривалого еволюційного розвитку в якому умовно можна виокремити три етапи: зародження (1968-198 рр.) , формування теоретично-концептуального базису (1983-1993 рр.) та етап систематизації концепції як такої (1993 – наш час), кожному з яких притаманні свої особливості та результати.

Так, своєрідним підсумком першого еволюційного етапу концепції стійкого розвитку є окреслення та формулювання системо утворюючих ідей зазначеної концепції, обґрунтування отримала актуальність системної кризи стійкого розвитку (СР), розпочато розширення сфери практичної імплементації концепції з глобального на регіональний та мезо-рівень (області, міста), ідентифіковано ймовірні моделі СР. Процес екологізації науки, що отримав потужного імпульсу до розвитку на ранньому етапі еволюційного розвитку концепції СР, поступово втратив пріоритетного значення, був позбавлений свого роду одноосібної ролі. Дослідники визнали той безумовний факт, що у процесі концептуалізації СР соціальна та економічна компоненти є критично важливими та невід’ємними. На зміну теорії «нульового зростання» було запропоновано «теорію органічного зростання» – узгодженого розвитку різних компонент та елементів глобальної системи , коли одна з числа підсистем не

може змінюватись, завдаючи при цьому шкоди та збитків іншим, прогрес в одній з них є можливим лише за умови прогресуючих досягнень та процесів в іншій, тобто дана теорія фіксує взаємозв'язок економічних, соціальних та екологічних кризових явищ, що пізніше набуло свого відображення у триєдиному підході до глобального стійкого розвитку, а соціально-економічна складова більше не розглядалася в контексті виключно деструктивної складової. Таким чином, було розширено площину розгляду та аналізу СР, а також включено питання, що асоціюються із рівнем життя та економічним розвитком.

В якості підсумку другого еволюційного етапу СР можна навести ідентифікацію триєдиного підходу до даного явища. Екологічний, економічний та соціальний елементи стали аналізувати комплексно, в якості понять та явищ, що доповнюють одне одного. А безпосередньо стійкий розвиток припинили розглядати виключно в контексті стійкості навколишнього середовища, збереження не відтворювального ресурсного базису та мінімізації рівня та обсягів забруднення .

Наступний етап становлення СР супроводжувався рядом наукових конференцій, на яких його складові зазнавали більш детальних дискусій. У 1993 році Економічна та соціальна рада ООН затвердила Комісію зі стійкого розвитку пріоритетним вектором діяльності якої стала розробка міжурядових механізмів, які покликані на забезпечення взаємодії у сфері СР, а вже у січні 1999 року в рамках діяльності Всесвітнього економічного форуму в Давосі , Генсек ООН К. Аннон представив на загал «Глобальний договір», до якого приєдналися три тисячі бізнесових організацій, і він, у свою чергу, відкривав можливості практичної інтеграції основоположних принципів СР у бізнесову площину та означав розширення сфери імплементації концепції СР та її положень на макрорівень, тобто на окремі компанії. фактичну експансію концепції. Таким чином, Глобальний Договір пропонує таку систему взаємовідносин бізнесу, держав та соціуму, яка б забезпечувала формування

стійкої та відкритої глобальної економічної системи. Він запропонував десять принципів стійкого розвитку , а приєднання до нього забезпечило суттєве розширення можливостей суб'єктів бізнесу , що трансливалося в наступному: демонстрація проактивної позиції компанії щодо реалізації соціально-відповідального формату поведінки , інтеграція у глобальну систему цінностей та якісної трансформації методів корпоративного менеджменту та ефективності стратегічного планування.

Таким чином, початкове формування Концепції сталого розвитку відбувалось за участю представників «Римського клубу» наприкінці 1960 рр., а найбільш активного обговорення набула в другій половині 1980 року. – на початку 1990 рр., коли були розроблені основні засади та розуміння й бачення сталого розвитку. Передумовами розвитку науки в даному напрямі стала загроза глобальної кризи людства за умов незмінної моделі споживання та виробництва. Отже, під стійким розвитком розуміють такий стан речей, за якого відбувається задоволення потреб представників теперішнього покоління людства, що в свою чергу, не ставить під загрозу аналогічну можливість для поколінь майбутніх. У класичному розумінні сталий розвиток не здатен до масштабування, отже не може вживатися по відношенню до компаній. Проте в той же час представники бізнес-спільноти можуть та повинні сприяти стійкому розвитку, про що також фіксується у «Глобальному договорі» ООН.

Стійкий або ж сталий розвиток бізнес-організації (sustainable development of business organization) як поняття вперше вжито у дослідженнях таких науковців, як Р. Штойрер, Дж. Елкінгтон та М. Епштейн. Стійкий розвиток бізнес-організації розглядається ними у тісному взаємозв'язку із таким явищем як корпоративна стійкість. Фактично стійкість корпорації є наслідком сталого розвитку бізнес-організації (СРБО). Так, Марком Епштейном було запропоновано модель стійкого розвитку бізнес-організації, відповідно до якої корпоративна стійкість розглядалася як результат діяльності компанії у сфері сталого розвитку (corporate sustainability performance).

Корпоративну ж стійкість (corporate sustainability) вперше було згадано у роботах Джона Елкінгтона. Відповідно до його точки зору, корпоративна стійкість виступає в якості результату успішної реакції компанії на актуальний запит з боку соціуму і перебуває у тісній та безпосередній залежності від так званих «хвиль громадського тиску» (pressure waves), що чинять визначальний вплив на бізнес у різні історичні періоди, зокрема автор ідентифікує три: 1) «обмежувальна» (1960-1980 рр.) бізнес мав демонструвати неухильне та прозоре дотримання природоохоронного законодавства та екологічних вимог з боку громадськості. І лише за таких умов компаніям вдавалося зберігати стійкість, залишаючись конкурентоспроможними; 2) «зелена» хвиля (1980-1990 рр.) соціальний запит, що надходив з боку стейкхолдерів компаній зазнав різких змін. Від фірм вже вимагалось не лише дотримуватися екологічного законодавства, а й імплементувати у свою господарську діяльність нові й екологічно безпечні та ресурсно заощаджувальні технологічні процеси, демонструючи тим самим власну ініціативність; 3) «глобалізаційна» хвиля (1990-2001) Компанії повинні робити внесок у забезпечення СР. Зокрема, на думку Т. Гледвіна та його співавторів й однодумців, компанії мають брати на себе соціальні витрати, що забезпечують накопичення соціального капіталу [2, с. 42], а саме: сприяють становленню та розвитку демократії і громадянського суспільства, зниженню рівня економічного навантаження на суспільство, забезпеченню соціальної справедливості, захищеності прав власності, розширенню можливостей щодо вибору.

Своєрідним еквівалентом «корпоративної стійкості», на думку Вейна Віссера, є «елементарне виживання» бізнесу [3, с. 384]. Корпоративну стійкість у принципі досить часто розуміють як стійкість фінансових потоків Наприклад, М. Епштейн трактував її, перш за все всього, як економічну стійкість (довгострокові фінансові результати) [4]. У такому контексті корпоративну стійкість можна визначити як здатність бізнесової організації до збереження своєї конкурентоспроможності, прибутковості чи беззбитковості, а також до ефективної протидії загрозам та взаємодії із факторами її зовнішнього та

внутрішнього середовищ. Справедливість даного твердження засвідчують наступні фактичні дані: комерційних організацій не є довгим – з числа тих тридцяти компаній, які увійшли до рейтингу Financial Times Ordinary Share Index, що було складено та оприлюднене у 1935 році всього дев'ять дожили до кінця 1990-х років, демонструючи більш менш задовільні результати. Серед корпорацій США рівень «смертності» виявився ще вищим – до кінця минулого століття припинили своє існування 40% компаній, що входили до списку Fortune 500 у 1983 році, 60% із компаній зі списку Fortune 500 у 1970-х роках, а також 12 компаній, що входили Dow Jones Industrial Index в 1900 році, Компанія General Electric виявилася єдиною, що вижила. Незважаючи на те, що середня тривалість життя бізнесу може досягати 40-50 років, у світі існує кілька сотень компаній, що існують 100-150 років. Даний феномен їхньої життєздатності можна пояснити визначними показниками корпоративної стійкості: високою прибутковістю та акціонерною вартістю (shareholder value), конкурентними перевагами. Зрештою, саме прибутковість (як би багатьом, особливо на додачу до феномену стійкості, не хотілося зменшити її значення) визначає можливості бізнесу і безпосередньо зміст його існування.

Діяльність же бізнесу у сфері сталого розвитку можна окреслити як його внесок у забезпечення глобального сталого розвитку. Подібна поведінка, в свою чергу, може сприяти досягненню корпоративної стійкості (і, як наслідок, належної конкурентоспроможності). Якщо представники різних груп зацікавлених сторін схвалюють дії компанії, спрямовані на досягнення глобального сталого розвитку (дані СР-орієнтовані дії оприлюднюються на широкий загал у вигляді щорічних звітів щодо сталого розвитку), то бізнес може розглядатися як потенційно стійкий та конкурентоспроможний на ринку (за рахунок лояльності з боку таких стейкхолдерів, як споживачі). На думку дослідника Вейна Віссера, концепція сталого розвитку бізнес-організації перетинається із поняттями людського розвитку (human development), корпоративного громадянства (corporate citizenship), соціальної відповідальності (social responsibility), соціальної справедливості (social justice),

екологічного управління (environmental management), етики (ethics) та управління зацікавленими сторонами (stakeholder management) [3, с. 384]. Виходячи з цього, корпоративна стійкість не повинна перетворюватися на самоціль для бізнесових структур, які крім корпоративної стійкості, прагнуть забезпечити стійке економічне зростання за рахунок практичної імплементації інтенсивних та екстенсивних змін: збільшення обсягів продажів, рівня прибутку та лояльності клієнтів, зростання капіталізації та нематеріальних активів, зокрема репутаційного, людського, інформаційного капіталів, вартості бренду і так далі, а також набуття нецінових конкурентних переваг за рахунок впровадження інновацій, модернізації виробничого процесу та вдосконалення бізнес-процесів.

Відповідно до нашої точки зору, під стійким розвитком бізнес-організації варто розуміти:

- своєчасну відповідь на глобальні ризики та виклики, що формуються, на запит суспільства щодо сталого розвитку;
- нову управлінську філософію, яка передбачає переосмислення ролі бізнесу у забезпеченні соціально-економічного розвитку, високий рівень відповідальності компаній в економічній, екологічній та соціальній сферах; усвідомлення критичної необхідності формування актуальних стратегій розвитку, адекватних вимогам соціально-орієнтованої інноваційної економіки у глобальних масштабах;
- стратегію, що сфокусована на формування довгострокових конкурентних переваг компанії, підвищення рівня корпоративної стійкості та сприяння сталому розвитку соціуму;
- діяльність бізнес-організації, орієнтована на забезпечення належного відтворення економічного, інтелектуального, людського та соціального капіталів компанії, що мають стійкий характер; діяльність, що здійснюється відповідно до принципів сталого розвитку.
- своєрідну форму практичного прояву соціальної відповідальності бізнесу.

Принципи сталого розвитку бізнес-організації, окреслюють умови, за яких бізнес-організація може досягти стану сталого розвитку. Відсутність системності та чіткого окреслення цілей позбавляють організації можливості передбачати різного роду загрози та наслідки (як позитивні, так і негативні) власної господарської діяльності. Бізнес-організація, позбавлена комунікативності та зворотного зв'язку, приречена керуватися застарілою й неактуальною інформацією і не приймати до уваги навіть найбільш очевидні сигнали з боку її зовнішнього та внутрішнього середовищ діяльності. Серед пріоритетних принципів сталого розвитку компанії варто виокремити такі наступні:

збалансованість – передбачає збалансованість інтересів стейкхолдерів, баланс між корпоративними та інтересами соціуму, збалансованість економічного, соціального розвитку та екологічної безпеки, збалансованість інтересів теперішнього та майбутнього поколінь;

інтегрованість – сприймається як особлива бізнес-філософія; принципи СР мають бути інтегровані у корпоративну стратегію;

системність – діяльність компанії у всіх її функціональних галузях повинна базуватися на засадах сталого розвитку;

відповідність цілей – стратегічні цілі розвитку бізнес-організації не повинні йти у розріз та суперечити цілям сталого розвитку;

керованість – система корпоративного управління, організаційна структура управління в компанії повинно бути вибудовано з урахуванням реалізації специфічних управлінських функцій, пов'язаних із дотриманням принципів сталого розвитку;

комунікативність – вибудовування комунікацій, взаємодії із стейкхолдерами з метою оперативного виявлення їх актуальних запитів та інформування про результати діяльності та майбутні наміри підприємства у сфері сталого розвитку.

Стійкий розвиток бізнес-організації досягається за допомогою реалізації нею комплексної системи факторів, внаслідок безпосереднього впливу яких

відбувається трансформація можливостей компанії, її адаптація до високо динамічних умов навколишнього світу та формування нових цілей та пріоритетів діяльності, що забезпечують її стійкість та, одночасно, внесок у сталий розвиток [5]. У дослідницькому середовищі приділяється помітна увага факторам СРБО, проте до теперішнього часу загальна точка зору щодо них не сформувалася, і виявляється можливим виокремити лише два загальні моменти: розподіл факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ, а також їх подальший розподіл на фактори непрямого та прямого впливу.

Панує достатньо суперечлива думка [4], що зовнішні фактори є незалежними від бізнес-організацій. На наш погляд, це не завжди відповідає дійсності, оскільки крім глобальних важко прогнозованих явищ в економіці (зміни економічного клімату, турбулентність, інфляція та розбалансованість ринків), існує ряд стратегічних, технологічних та соціальних факторів, що перебувають у залежності від бізнес-організації. Беззаперечно, що зовнішнє середовище за своєю природою є агресивним та чинить безпосередній вплив на функціонування бізнес-організації, лімітуючи та безперечно впливаючи на її можливості. Організація не може ігнорувати зовнішнє середовище, до якого відноситься велика кількість ключових стейкхолдерів (таких як споживачі, місцеві спільноти чи урядові структури). Зовнішнє середовище, по суті, виступає для будь-якої бізнес-організації основним викликом, важливим моментом її виживання як такого. Саме із метою забезпечення власного існування бізнес-організації просто зобов'язані оперативно реагувати на зміни, яких зазнає зовнішнє середовище, докладати зусилля аби нівелювати або зменшити їхній вплив. Компонентами внутрішнього середовища, в рамках якого реалізується діяльність організації, виступають з стратегічні установки, встановлення цілей, структури, технологічні рішення, персонал та безлічі інших складових. Чинники внутрішнього середовища чинять вплив в межах організаційних рамок компанії, що також у

подальшому відбивається на її діяльності у зовнішньому середовищі та розвитку в цілому.

Як було зазначено раніше, чинники зовнішнього середовища можна умовно розділити на фактори прямого та непрямого впливу. Фактори прямого впливу володіють безпосереднім впливом на сталий розвиток бізнес-організації та, у свою чергу, відчують на собі прямий вплив її діяльності. До цієї групи факторів відносять взаємодію із ключовими групами стейкхолдерів, зокрема постачальники економічних ресурсів, споживачі, ЗМІ, органи місцевої та державної влади, конкуренти та деякі інші. Чинники непрямого впливу не мають прямого впливу на діяльність компанії, проте позначаються на сталому розвитку бізнес-організації. До цих факторів можна віднести поточний стан економіки, актуальні соціальні проблеми, політичні вимоги, нормативні умови діяльності, чинні закони та демографічну ситуацію. Внутрішнє середовище бізнес-організації - це її внутрішні елементи, підсистеми та процеси, що впливають на її потенціал, конкурентоспроможність, здатність подальшого розвитку. Внутрішнє середовище організації виступає складовим елементом загального середовища, що знаходиться у межах організації та чинить постійний і безпосередній вплив на її функціонування [5, с. 17]. Оскільки внутрішнє середовище не є монолітним і характеризується наявністю декількох зрізів, кожен з яких включає певний набір ключових процесів та елементів організації, внутрішні фактори стійкого розвитку бізнес-організації перебувають у сфері її впливу, завдяки чому підприємства можуть коригувати їх. На наш погляд, помилково вважати фактори внутрішнього середовища як такі, що є цілком керованими та контрольованими (якими їх позиціонують консалтингові агентства у сфері менеджменту та антикризового управління), що характеризуються виключно фінансовими показниками, за величиною яких можна судити про ефективність діяльності організації у сфері підтримки сталого розвитку. Внутрішні фактори сталого розвитку бізнес-організації - це, перш за все, комплексна система її

потенціалів, зокрема фінансового, кадрового, бізнесового (гудвіл та репутаційний капітал), ринкового, трудового (організація та ринки факторів виробництва), виробничого та науково-дослідницького.

Проте, на наш погляд, доцільно виокремлювати наступні фактори внутрішнього середовища, що мають вагоме значення на досягнення компанією сталого розвитку: управлінські (усвідомлення менеджментом організації необхідності прагнення до СРБО), виробничі (інтеграція принципів СРБО на всіх етапах виробничої діяльності, впровадження спрямованих на стійкий розвиток інновацій) та фінансові (інвестиційна привабливість компанії, стійка позитивна динаміка її фінансових результатів), в той час як до зовнішніх – (включає запит з боку стейкхолдерів щодо обов'язкового дотримання принципів СРБО формалізовані норми в даній сфері (зокрема міжнародні стандарти у сфері нефінансової звітності. До даного напрямку також належать соціально-відповідальне інвестування та соціально-відповідальне споживання) До групи прямих зовнішніх факторів також належать створення механізмів із забезпечення «зворотного зв'язку» між споживачами та бізнес-організаціями, сприятливе зовнішнє середовище ведення бізнесу (особливо зростання ринку), доступність ресурсів, репутація бізнес-організації та лояльність її клієнтів, стійкість зв'язків та високий ступінь довіри з боку партнерів та клієнтів) та опосередковані (макроекономічна, політична, геополітична та соціальна стабільність, інвестиційний клімат, якісний рівень людського та соціального капіталу суспільства. Вагому роль також відіграють економічна, грошово-кредитна, фінансова, соціальна, екологічна політики уряду держави та діяльність міжнародних та державних організацій зі сталого розвитку. Особливого значення має ступінь зрілості громадянського суспільства).

Ще донедавна дослідники досить часто обожнювали СРБО із соціальною відповідальністю. Проте, ми дотримаємося тієї точки зору згідно якої сталий розвиток бізнес-організації виступає як нова парадигма, яка прийшла на

зміну соціальної відповідальності бізнесу. Керуючись принципами СРБО, організація більш чітко і глибше сприймає потенційні ризики та загрози, її мислення сфокусовано на довгострокову перспективу періоду та бере на себе більший обсяг зобов'язань перед власними стейкхолдерами. СРБО реалізується в якості взаємодії зі стейкхолдерами та в рамках концепцій корпоративного громадянства та створення спільних цінностей. Це може відбуватися як під дією прямих соціальних запитів, так і під тиском актуальних викликів чи «революцій» глобального сталого розвитку. Виникає цілком об'єктивна потреба в «ув'язці» понять корпоративної стійкості та сталого розвитку, що допускає застереження про те, що СРБО здатне чинити вагомий вплив як на сталий розвиток у глобальному вимірі, так і на корпоративну стійкість. Таким чином, стійкий розвиток бізнес організації впливає як на макро, так і на мікрорівень. На макрорівні організація, яка поділяє принципи сталого розвитку, здійснює внесок у подолання кризи та забезпечення сталого розвитку соціуму, в той час як на макрорівні вона досягає власної стійкості за рахунок наступного: зростання конкурентоспроможності, зростання рівня прибутковості акцій та капіталізації бізнес-організації. Соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль в якості чинника стійкого розвитку бізнес-організації. Вплив соціальної відповідальності масштабується на різні аспекти та вектори діяльності бізнес-організації, що в подальшому сприяють сталому розвитку бізнес-організації.

Щодо вітчизняного бізнесу, то принципи сталого розвитку сприймаються ним як невід'ємна складова соціальної діяльності. Комунікації із зацікавленими сторонами організації набули значення обов'язкового атрибуту успішної бізнес-організації «західного типу», до ідеалізованого образу якої прагне будь-який представник українського бізнесу, про що свідчить інтеграція відповідних розділів у структуру їхніх офіційних сайтів та видань. На жаль, проблема даного сприйняття полягає в тому, що організації в основному акцентують увагу на своєму соціально

відповідальному, або ж «стійкому», іміджу, але не поведінці і таким елементам соціально-відповідального бізнесу, як ефективне управління, високий репутаційний капітал, активна участь у соціальних програмах (які повинні інтегруватися зі стратегією, спрямованою на досягнення стійкості).

Інтенсивний розвиток, що продемонстрували мережеві засоби комунікації та зростання їхньої цільової аудиторії призвели до того, що у бізнесу з'явився надійний, доступний та відносно дешевий інструмент поширення інформації щодо своїх соціальних зобов'язань перед стейкхолдерами. Грошові та часові витрати трансляції інформації скоротилися до мінімально можливих величин, а форму подачі матеріалу було гранично спрощено.

В умовах, що склалися бізнес, в тому числі й вітчизняний, виявляється схильним до спокуси відмовитися від дотримання на практиці принципів сталого розвитку на користь інформаційної мімікрії, тобто створення ілюзії соціальної діяльності, тобто демонструє загалу формальні ознаки власної стійкості та соціальної відповідальності. Мімікрія соціально відповідальної поведінки завдає значної шкоди соціуму, що має прояв у наступному: інформаційна асиметрія, набуття конкурентної переваги несумлінними бізнес-організаціями, відсутності внеску з боку бізнесу у забезпечення сталого розвитку в рамках концепції створення спільних цінностей. Також у ряді випадків це знаходить своє підтвердження у підміні соціальної відповідальності несистемною благодійною діяльністю, що, наприклад, може мати формат недійної події, що має на меті привертання уваги споживачів та потенційних інвесторів, а також значна кількість не фінансової звітності компаній та відповідних інформаційних розділів їхніх офіційних сайтів являють собою свого роду «паралельну реальність». Дане явище має характер підміни довгострокових цілей короткостроковими, що в свою чергу, не сприяє сталому розвитку та формуванню стійкості окремих організацій. Негативними наслідками викриття компаній у пропагуванні мімікрії соціально відповідальної поведінки є погіршення іміджу, зменшення репутаційного капіталу, скорочення обсягів продажів, плинність

кадрів, перш за все провідних, та бойкоти з боку споживачів. Бізнес, вітчизняний зокрема, має усвідомити той факт, що лише дійсно практична соціально-відповідальна позиція компанії чинить позитивний вплив та певним чином, примножує можливості компанії щодо дотримання нею принципів СРБО та набуття сталого розвитку як такого, а також пам'ятати про те, що така група зацікавлених осіб, як споживачі самі здатні ідентифікувати та оцінити рівень щирості компанії. Якщо соціальна відповідальність не є невід'ємною компонентною корпоративної стратегії, то обсяги грошових ресурсів, що спрямовано на забезпечення її імітування можна вважати такими, що витрачено марно, а споживачі будуть шукати та надавати перевагу продукції компанії, що заслуговує на довіру. Фірми, що намагаються створити видимість власної соціальної відповідальності, можуть зазнати від цього більше шкоди як матеріальної, так і репутаційної, ніж ті, які зовсім ігнорують цей аспект сучасного бізнесу. Слід зазначити той факт, що «інформаційна прозорість» (disclosure) дедалі частіше використовуються в рейтингах, пов'язаних із стійкістю бізнес-організацій.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Таким чином, на наш погляд, під сталим розвитком бізнесу варто розуміти нову стратегічну та управлінську філософію, яку інтегровано у всі, без виключення, сфери діяльності компанії на мікроекономічному рівні. Для неї властивим є розширення зони відповідальності компанії у соціальній, екологічній та економічній сферах, перегляд та переформатування власної ролі у суспільстві, усвідомлення впливу глобальних викликів на поточний та майбутній рівень конкурентоспроможності бізнесової організації та її виживання, і навіть підтримка зростання показників результатів економічної діяльності. Особливого значення в набутті сталого формату розвитку бізнесової організації відіграє саме активна та реальна, а не ілюзорна її видимість, соціально-відповідальна діяльність компанії. Саме соціальна відповідальність бізнесу, наряду із принципами СРБО, є невід'ємним фактором її сталості.

Література

1. Dyllick, T. Hockerts, K. Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*. 2002. Vol. 11. P. 130–141.
2. Gladwin, T., Kennelly, J., Krause, T.S. Beyond eco-efficiency: towards socially sustainable business *Sustainable Development*. 1995. Vol. 3(1). P. 35–43.
3. Visser, W., Matten, D., Pohl, M., Tolhurst, N. The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete reference Guide to Concepts, Codes and Organisations : Chichester; Hoboken: John Wiley & Sons, 2010. 535 p.
4. Epstein, M. J., Roy, M.-J. Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance . *Journal of Corporate Citizenship*. 2003. Vol. 9. P. 79–96.
5. Strange, T., Bayley, A. Sustainable Development: Linking Economy, Society, Environment. *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*. Paris. 2008. 141 p.

References

1. Dyllick, T. and Hockerts, K. (2002), “Beyond the Business Case for Corporate Sustainability” , *Business Strategy and the Environment*. vol. 11, pp.130–141.
2. Gladwin, T., Kennelly, J., and Krause, T.S. (1995), “Beyond eco-efficiency: towards socially sustainable business”, *Sustainable Development*. vol. 3(1), pp. 35–43.
3. Visser, W., Matten, D., Pohl, M. and Tolhurst, N.(2010), *The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete reference Guide to Concepts, Codes and Organisations*, John Wiley & Sons, Chichester; Hoboken, USA.
4. Epstein, M. J. and Roy, M.J. (2003), “ Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance”, *Journal of Corporate Citizenship*, vol. 9, pp. 79–96.
5. Strange, T. and Bayley, A. (2008), Sustainable Development: Linking Economy, Society, Environment, *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*, Paris, France.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2023 р.