

Odpowiedzialność biznesu za środowisko jako instrument kształtowania gospodarki marketingowej na Ukrainie

Streszczenie: W opracowaniu omówiono zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu, której elementem składowym jest komponent środowiskowy. Niedoścignienie zasobów naturalnych i szkód środowiskowych prowadzi do zniekształcenia wskaźników rozwoju gospodarczego i postępu, któremu towarzyszy wybór nieefektywnego kierunku społeczno-gospodarczego. Na podstawie literatury określono poziomy odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw i podano klasyfikację opartą na zobowiązaniach z zakresu CSR.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, biznes odpowiedzialny środowiskowo, zasoby naturalne, szkody środowiskowe, klasyfikacja

1. Wstęp

Odpowiedzialność biznesu za środowisko naturalne jest ważnym problemem zarówno na Ukrainie, jak i za granicą. Wiąże się to z jednej strony z globalizacją, rosnącym zagrożeniem katastrofami technologicznymi i środowiskowymi, z drugiej zaś z dążeniem do zdrowego stylu życia, uspołecznieniem stosunków pracy, itp. W nowoczesnych warunkach gospodarczych odpowiedzialność za środowisko uznać można za element odpowiedzialności społecznej. Nie należy również zapominać, że w okresie kształtowania się pojęcia odpowiedzialności społecznej priorytetem był właśnie kierunek środowiskowy.

Realizacja programów społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) jest zdecydowanie opłacalna. Świat od dawna traktuje programy CSR nie jako koszty, ale jako inwestycje, które przynoszą zysk i korzyści, takie jak: pozytywny wizerunek organizacji, większe zainteresowanie inwestorów, poprawa stosunków z władzami każdego szczebla, zwiększenie motywacji i wydajności pracowników, zwiększenie sprzedaży i udziału w rynku, spadek kosztów operacyjnych. Niedoścignienie zasobów naturalnych i szkód środowiskowych prowadzi do zniekształcenia wskaźników rozwoju gospodarczego i postępu, któremu towarzyszy wybór nieefektywnego kierunku społeczno-gospodarczego.

Ogólnie rzecz biorąc, pojęcie biznesu odpowiedzialnego za środowisko przewiduje działalność i aktywność każdego obywatela oraz struktur biznesowych w zakresie działań przynoszących korzyść środowisku lub zmniejszających negatywny wpływ na nie. Działanie to nie ogranicza się do stanowienia przepisów prawa i podejmowania obligatoryjnych przed-

* Prof. dr, Odeski Narodowy Uniwersytet im. I. Miecznikowa, kierownik katedry Marketing and Business Administration, Ukraina; prof. dr hab. w Wyższej Szkole Ekonomiczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej; e-mail: esadchenko@gmail.com; esadchenko@ onu.edu.ua

sięwzięć związanych z ochroną środowiska. Konieczne jest podejmowanie przemyślnych decyzji gospodarczych, projektów i programów, które uwzględniają priorytet ochrony środowiska i oszczędzania zasobów naturalnych.

Koncepcja biznesu odpowiedzialnego za środowisko naturalne łączy w sobie elementy koncepcji zrównoważonego rozwoju, społecznej odpowiedzialności biznesu i marketingu środowiskowego. Społecznie odpowiedzialny marketing zarządzania środowiskiem jest złożoną i pojemną koncepcją, dlatego nie otrzymał jeszcze dokładnej i ostatecznej definicji, rozważanej do chwili obecnej. Jednocześnie pomimo coraz szerszego upowszechniania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu i świadomości korzyści, które przynoszą zarówno przedsiębiorcom, jak i społeczeństwu, granice społecznej odpowiedzialności pozostają bardzo niewyraźne. Obowiązujące na Ukrainie regulacje prawne w zakresie ochrony środowiska przewidują udział obywateli w podejmowaniu decyzji, a władze lokalne powinny zagwarantować obywatelom bezpieczne środowisko. Jednak w praktyce obowiązki te i działanie pozostają jedynie w sferze teorii. Natomiast same regulacje prawne nie są wdrażane [1, 6].

2. Teoretyczne i metodologiczne podstawy społecznej odpowiedzialności biznesu

W drugiej połowie XX wieku menedżerowie zachodnich korporacji dostrzegli potrzebę ukierunkowanej i systematycznej regulacji relacji firm ze środowiskiem wewnętrznym i zewnętrznym, co w konsekwencji doprowadziło do powstania koncepcji CSR. W ciągu następnego kilkunastu lat, w przypadku braku jednolitego, ustalonego na szczeblu międzynarodowym rozporządzenia w sprawie polityki społecznej, menedżerowie ustalają własne odrębne standardy dotyczące relacji z pracownikami i ogólnie definiują etykę korporacyjną. W 2000 r. Globalna Umowa Organizacji Narodów Zjednoczonych (United Nations Global Compact) proklamowała dziesięć kluczowych zasad biznesowych w czterech obszarach (prawa człowieka, stosunki pracy, ochrona środowiska, przeciwdziałanie korupcji) w celu promowania społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie krajowym i globalnym oraz promowania sprawodawczości pozafinansowej dla tej działalności [2, 36].

Pojęcie odpowiedzialności społecznej stosuje się w wielu obszarach działalności, ale tylko w kontekście biznesowym, wskazano na konkretne kierunki rozwoju i sformułowano jasną definicję tego pojęcia. Umożliwia to naukowcom i specjalistom podział CSR na pewne typy.

Istnieje zróżnicowana klasyfikacja odpowiedzialności społecznej, w szczególności A.A. Okhrimenko i T.V. Ivanova określają odpowiedzialność moralną, religijną, dyscyplinarną, polityczną, prawną [10, s. 13]. I. Savchenko wyklucza religijną, ale dodaje odpowiedzialność polityczną partii, profesjonalną, środowiskową [13, s. 57], Carroll mówi tylko o czterech typach: ekonomicznej, prawnej, etycznej, filantropijnej [31]. V.K. Grishchuk klasyfikuje CSR według rodzajów społecznej odpowiedzialności jako pozytywną (to znaczy, gdy podmioty stosunków społecznych dobrowolnie i świadomie realizują obowiązujące normy) i negatywną (odrzucając obowiązujące regulacje prawne bądź permanentnie ich nieprzestrzegając) [5, s. 55]. Ponadto niektórzy badacze dzielą korporacyjną odpowiedzialność społeczną na kilku poziomów:

- ♦ pierwszy – terminowe wywiązywanie się z obowiązków podatkowych i wypłacanie pensji pracownikom oraz, jeśli to możliwe, powiększanie personelu firmy,
- ♦ drugi – zapewnienie godnych warunków pracy i życia pracowników (zapewnianie mieszkań, podwyższenia kwalifikacji itp.),
- ♦ trzeci – działalność charytatywna.

Niektóre rodzaje odpowiedzialności społecznej mają charakter normatywny i znajdują odzwierciedlenie w przepisach prawa. Wśród nich są:

- ♦ dostarczanie konsumentom usług i produktów wysokiej jakości,
- ♦ tworzenie legalnych miejsc pracy, oficjalna wypłata wynagrodzeń, inwestycje finansowe w rozwój pracowników,
- ♦ ścisłe przestrzeganie przepisów podatkowych, pracowniczych, środowiskowych i innych,
- ♦ skuteczność działalności (wzrost zamożności akcjonariuszy, tworzenie i dalszy wzrost gospodarczej wartości dodanej),
- ♦ prowadzenie działalności zgodnie ze standardami etycznymi i oczekiwaniami społecznymi,
- ♦ wkład w rozwój społeczeństwa poprzez wdrażanie programów i projektów społecznych (zarówno indywidualnie, jak i w ramach współpracy z innymi organizacjami).

Organizacja Narodów Zjednoczonych proponuje klasyfikację bardziej ukierunkowaną na praktykę, wskazującą firmom konkretne zadania. Zauważmy, że wszystkie wymienione wyżej klasyfikacje są zbliżone do siebie. Różnica dotyczy sformułowań i kontekstów definiowania. Według ONZ, CSR dzieli się na dwa typy [2, 36]: wewnętrzny i zewnętrzny.

Rodzaje społecznej odpowiedzialności biznesu:

- ♦ wewnętrzna:
 - ♦ bezpieczeństwo pracy,
 - ♦ stabilne, godne wynagrodzenie,
 - ♦ gwarancja ubezpieczenia społecznego i medycznego pracowników,
 - ♦ zapewnienie pracownikom dodatkowych szkoleń (programy szkoleniowe, podwyższanie kwalifikacji),
 - ♦ pomoc finansowa w nagłych wypadkach;
- ♦ wewnętrzna:
 - ♦ inwestycje społeczne i charytatywne,
 - ♦ dbałość o środowisko,
 - ♦ odpowiedzialność firmy wobec konsumentów,
 - ♦ interakcja z władzami i wspólnotami lokalnymi.

Na obecnym etapie rozwoju gospodarki rynkowej wśród ogólnej liczby zagadnień jednym z najważniejszych jest tworzenie właściwych warunków rozwoju nowych technologii i innowacyjnych produktów we wszystkich sektorach gospodarki narodowej. Stopniowe zmiany w produkcji mogą następować tylko pod wpływem postępu naukowego i technologicznego w oparciu o politykę gospodarczą, środowiskową i naukowo-techniczną. Dziś biznes jest jednym z głównych motorów rozwoju gospodarczego. W tej sytuacji przyjęcie przez firmy strategii ekologicznej jest warunkiem kształtowania nowego ładu środowiska naturalnego.

3. Teoretyczne podejścia do odpowiedzialności środowiskowej biznesu

Marketing odpowiedzialny za środowisko naturalne jest możliwy do rozpowszechnienia wraz z innymi ideami i koncepcjami ochrony środowiska, w szczególności odnoszącymi się do ochrony różnorodności biologicznej i zrównoważonego rozwoju. Dlatego marketing odpowiedzialny za środowisko naturalne można uznać za skuteczne narzędzie kształtowa-

nia odpowiedzialności środowiskowej biznesu i należy uwzględnić go w różnych obszarach zrównoważonego rozwoju. To podejście badawcze jest zdeterminowane przez potrzeby praktyki społecznej i środowiskowej. Tylko kompleksowe teoretyczne zrozumienie kluczowych problemów gospodarczych i środowiskowych w kręgach rządowych umożliwi skuteczne wdrożenie tego narzędzia.

Generalnie, komponent ochrony środowiska pojawił się w definicji społecznej odpowiedzialności biznesu dopiero w latach 90. XX w. [33, s. 167]. Tak więc S. Hart po raz pierwszy wskazuje na korzyści środowiskowe dla przedsiębiorstw [32, s. 96]. Pojęcie „odpowiedzialności środowiskowej przedsiębiorstwa” pojawia się w pracach zagranicznych naukowców dopiero po roku 2000. Koncepcje „ekologicznej modernizacji”, „refleksji ryzyka”, „nowego paradygmatu ekologicznego”, „strategii marketingu ekologicznego” itd. stały się teoretyczną podstawą do badania ekologicznego kierunku odpowiedzialności społecznej [22, s. 189–192].

Jak słusznie zauważa V.M. Shapoval, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorców za środowisko naturalne staje się istotnym czynnikiem w walce konkurencyjnej, ponieważ to poziom tej odpowiedzialności będzie determinował w niedalekiej przyszłości pozycję przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym, zwłaszcza z punktu widzenia konsumentów. To dzięki odpowiedzialności za środowisko biznes może funkcjonować w międzynarodowej społeczności biznesowej [27, s. 152].

Skutkami realizacji działań środowiskowych w ramach społecznie odpowiedzialnej działalności przedsiębiorstwa są:

- ♦ poprawa jakości środowiska, pozwalająca społeczeństwu, gminie i przedsiębiorstwu uniknąć utraconych korzyści,
- ♦ poprawa reputacji i wizerunku dzięki wykorzystaniu technologii produkcji bardziej przyjaznych środowisku, a tym samym zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku.

Odpowiedzialna społecznie i środowiskowo działalność przedsiębiorstwa jest usystematyzowana następująco:

- ♦ środowisko i jego jakość,
- ♦ produkty (towary),
- ♦ środki trwałe przedsiębiorstwa,
- ♦ sposób wykorzystania przez przedsiębiorstwo zasobów, w tym zasobów naturalnych,
- ♦ proces produkcyjny [11, s. 63].

W celu skutecznej realizacji strategii przedsiębiorstwa przemysłowego, biorąc pod uwagę jego odpowiedzialność za środowisko, należy sformułować zestaw kryteriów umożliwiający określenie istniejącego poziomu. Proponuje się, aby wszystkie kryteria zostały podzielone na dwie grupy: te, które wchodzą w zakres zgodności z zobowiązaniami środowiskowymi oraz te, które należą do własnej inicjatywy środowiskowej przedsiębiorstwa i są zdefiniowane jako dobrowolne (tab. 1).

Własną inicjatywę ekologiczną można podzielić na dwie podgrupy wskaźników: zarządzanie ekologią produkcji i skuteczność komunikacji z interesariuszami [24, s. 125; 12, s. 168].

Stosując te kryteria, możemy mówić o podejściu środowiskowym i zgodności z koncepcją odpowiedzialności za środowisko w danym przedsiębiorstwie. Głównymi kierunkami rozwoju środowiskowego komponentu odpowiedzialności społecznej na Ukrainie według Kamysznikova są:

1. wprowadzenie korporacyjnej polityki ochrony środowiska,
2. audyt ekologiczny,

3. angażowanie pracowników w inicjatywy środowiskowe,
4. „zielone dostawy”,
5. produkcja „zielonych towarów” [8, s. 207].

Tabela 1. Kryteria odpowiedzialności środowiskowej przedsiębiorstwa przemysłowego

Kryteria		Cechy
Zobowiązania środowiskowe		<ul style="list-style-type: none"> ♦ strategia rozwoju przedsiębiorczości jest zgodna z koncepcją zrównoważonego rozwoju ♦ ochrona i przywracanie środowiska naturalnego są określone przez strategiczne priorytety przedsiębiorstwa ♦ świadomość, że system gospodarczy funkcjonuje w ramach ekosystemu, który jest ograniczony ♦ zgodność z obowiązującymi przepisami w zakresie ochrony środowiska i ich przestrzeganie ♦ odpowiedzialność za szkody wyrządzone środowisku przez przedsiębiorstwo ♦ promocja kultury ekologicznej
Własna inicjatywa środowiskowa	zarządzanie ekologią produkcji	<ul style="list-style-type: none"> ♦ efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych ♦ tworzenie i wykorzystanie odnawialnych źródeł energii i materiałów ♦ zmniejszanie ilości odpadów i zanieczyszczeń ♦ ciągła analiza osiągnięć w ochronie środowiska, poszukiwanie nowych rozwiązań ♦ analiza opłat i kosztów środowiskowych
	komunikacja z interesariuszami	<ul style="list-style-type: none"> ♦ informowanie społeczności lokalnej i władz regionalnych o konsekwencjach działalności dla środowiska ♦ odpowiedzialność wobec społeczeństwa i innych zainteresowanych stron za swoją bieżącą i przyszłą działalność ♦ uwzględnienie wymagań i życzeń zainteresowanych stron podczas opracowywania i wdrażania projektów produkcyjnych ♦ przejrzystość działalności, w tym podawanie informacji dotyczące jej wpływu na stan środowiska ♦ regularna analiza i raportowanie o wpływie produkcji na stan środowiska

Wraz z instrumentami administracyjnymi i rynkowymi regulującymi zarządzanie środowiskiem, ważne są narzędzia i metody wdrażania polityki środowiskowej, oparte na dobrowolnych ugodach między firmami zarządzającymi środowiskiem, organami rządowymi i społeczeństwem w celu zapewnienia bezpieczeństwa środowiskowego zwłaszcza w dziedzinie produkcji i konsumpcji towarów [30, s. 829].

Międzynarodowa norma ISO 26000:2010 *Przewodnik po społecznej odpowiedzialności* została opublikowana w 2010 roku. Dziś ten uniwersalny dokument, dający jednakową wizję społecznej odpowiedzialności wszystkim organizacjom i strukturom, jest już szeroko stosowany w wielu krajach. ISO 26000 wykorzystuje najlepsze praktyki stosowane w zaawansowanych organizacjach i firmach z różnych sektorów i branż. Standard ten jest przeznaczony dla organizacji wszelkiego typu: komercyjnych i niekomercyjnych, publicznych i prywatnych, niezależnie od ich wielkości i rodzaju działalności. Granice zastosowania normy każda orga-

nizacja określa według własnego uznania. ISO 26000 jest przeznaczony do użytku na zasadzie dobrowolności i nie podlega certyfikacji.

ISO 26000:2010 podaje następującą definicję pojęcia odpowiedzialności społecznej: jest to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne zachowania, które [7]:

- ♦ wspiera zrównoważony rozwój, w tym zdrowie i dobrobyt społeczeństwa,
- ♦ uwzględnia oczekiwania zainteresowanych stron,
- ♦ przestrzega obowiązujących przepisów prawa i jest zgodne z międzynarodowymi standardami postępowania,
- ♦ jest zintegrowane z działaniami całej organizacji i wykorzystywane w jej relacjach z innymi podmiotami.

Po przeprowadzeniu badań oferujemy własną wizję CSR – to wkład organizacji w rozwój sfery społecznej, gospodarczej i środowiskowej na zasadzie dobrowolności. Proponujemy następującą definicję odpowiedzialności biznesu za środowisko: „takie prowadzenia działalności produkcyjnej i gospodarczej, które zapewnia zgodność z wymogami przepisów prawa w zakresie środowiska, i szkodzi lokalnemu ekosystemowi w tempie nieprzekraczającym potencjału asymilacyjnego danego terytorium”. Ponadto ważnym czynnikiem jest gotowość przedsiębiorstw przemysłowych do ponoszenia dodatkowych kosztów realizacji różnych programów, projektów i działań mających na celu ograniczenie oddziaływania człowieka na środowisko.

Podsumowując należy stwierdzić, że odpowiedzialność środowiskowa przedsiębiorstwa przemysłowego oznacza, iż przedsiębiorstwo świadomie i w większym stopniu dobrowolnie podejmuje zobowiązania środowiskowe, bierze pod uwagę oczekiwania zainteresowanych stron, aby poprawić bezpieczeństwo i zapewnić zrównoważony rozwój biznesu, przy którym zgodność z przepisami prawa w zakresie środowiska to tylko kilka z wielu narzędzi praktycznej realizacji tej odpowiedzialności na poziomie strategicznym.

4. Narzędzia do praktycznej realizacji odpowiedzialności środowiskowej biznesu

Biorąc pod uwagę działalność przedsiębiorstw uwzględniającą społeczną i środowiskową odpowiedzialność biznesu, należy zauważyć, że wszystkie firmy rozwiązujące problemy środowiskowe można podzielić na dwie grupy:

1. przedsiębiorstwa, które przy rozwiązywaniu problemów środowiskowych uzyskują rzeczywiste korzyści ekonomiczne, przez wprowadzanie np. oszczędnych technologii, tym samym zmniejszających koszty produkcji,
2. firmy rozwiązujące problemy środowiskowe w celu stworzenia pozytywnego wizerunku, zakładające, że głównym celem ich działalności jest osiągnięcie zysku.

Tradycyjnie interesy społeczeństwa i przedsiębiorstw przemysłowych były przeciwstawiane sobie wzajemnie. Jest to szczególnie widoczne w obszarze odpowiedzialności za środowisko, gdzie przedsiębiorstwa przemysłowe są głównym źródłem zaostrzających się problemów środowiskowych. Aby rozwiązywać te problemy, firmy odpowiedzialne społecznie i środowiskowo używają różnych do tego narzędzi:

1. oceny oddziaływania na środowisko (w tym strategicznej oceny środowiskowej) przy opracowywaniu strategii i planów rozwoju gospodarczego,
2. zarządzania środowiskiem, marketingu i audytu środowiskowego, pozwalającego wykryć naruszenia przepisów na wczesnym etapie,

3. ubezpieczenia środowiskowego, które przewiduje rekompensatę za szkody wyrządzone środowisku,
4. certyfikacji zgodności z normami ochrony środowiska (międzynarodowe standardy serii ISO 14000 dotyczące zarządzania środowiskowego, międzynarodowa norma ISO 19011, odnosząca się do audytu systemów zarządzania jakością i/lub systemów zarządzania środowiskowego, krajowe standardy z serii Oszczędzanie zasobów i serii Ochrona przyrody, ISO 26000),
5. sprawozdawczości społecznej, zawierającej komponent środowiskowy,
6. podatku ekologicznego.

Głównym źródłem finansowania działań mających na celu ochronę środowiska i racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych jest podatek środowiskowy, którego płatnikami są podmioty gospodarcze, które wytwarzają zanieczyszczenia [par. 240,1 Kodeks podatkowy Ukrainy]. Podział przychodów z podatków na ochronę środowiska zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa jest realizowany przez Służbę Skarbu Ukrainy.

Podatek środowiskowy jest podatkiem krajowym, który zgodnie z kodeksem budżetowym i ustawą o budżecie Ukrainy na rok 2018 jest rozdzielany proporcjonalnie między budżet państwa i budżety lokalne:

Budżet państwa:

- ♦ *fundusz ogólny* – 45% podatku środowiskowego z wyjątkiem podatku od odpadów radioaktywnych, 50% podatku ekologicznego od odpadów radioaktywnych,
- ♦ *fundusz specjalny* – 50% podatku ekologicznego od odpadów radioaktywnych.

Budżety lokalne:

- ♦ *fundusz specjalny* – 30% – budżety lokalne i budżet AR Krymu,
- ♦ 30% – budżety lokalne i budżet AR Krymu.

Realizacja programów państwowych na rzecz ochrony i rozwoju funduszu ekologicznego zależy od wpływów z podatku środowiskowego. Najważniejszym czynnikiem wpływającym na efektywność państwowej polityki środowiskowej jest skuteczność w określeniu realnej podstawy poboru podatku ekologicznego, a także jego ściągalność.

Model mechanizmu regulacji ochrony środowiska stosowany obecnie na Ukrainie został w dużym stopniu oddzielony w swojej koncepcji zarówno od aktualnych pomysłów z zakresu teorii regulacji środowiskowych, jak i od odpowiednich praktycznych doświadczeń zdobytych w krajach o gospodarce rynkowej. W związku z tym konieczne jest opracowanie nowego mechanizmu ochrony środowiska, który będzie oparty na przepisach teorii naukowej i doświadczeniach regulacji ochrony środowiska w rozwiniętych krajach zachodnich, z wykorzystaniem mechanizmu opartego na zasadzie bezpośredniej regulacji i odpowiednich narzędzi regulacji administracyjnej i ustawodawczej w połączeniu z instrumentami ekonomicznymi, które je uzupełnią i spełnią różne funkcje w strukturze tego mechanizmu.

W odniesieniu do warunków Ukrainy mechanizm ten powinien opierać się na takich organach regulacyjnych, które z góry pozwolą uzyskać wystarczająco jasny obraz wielkości odpowiednich wydatków całej gospodarki krajowej i umożliwią publiczną kontrolę wielkości i dynamiki wydatków oraz zarządzania nimi. W celu wdrożenia proponowanego mechanizmu konieczne jest poznanie kwoty środków finansowych i prognozowanej ich wysokości, a także wielkości i zakresu środków wsparcia materialnego i technicznego dla ochrony środowiska. Przez długi czas ograniczeniem w ochronie środowiska przed zanieczyszczeniem będzie nie tylko brak zasobów finansowych, ale także specjalistycznego sprzętu, wyposażenia i materiałów. Za pomocą standardów środowiskowych będzie możliwe uwzględnienie

tych ograniczeń i określenie bardziej realistycznych wymagań gospodarczych i społecznych wobec przedsiębiorstw.

Wykorzystanie podatku środowiskowego za zanieczyszczenie środowiska w tych warunkach pociągnęłoby za sobą jedynie bezsensowne, dalekie od efektywnych koszty przedsiębiorstw. Bezpośrednia regulacja, zapewniająca niezbędne finansowanie i inne konsekwencje makroekonomiczne oraz możliwość zarządzania nimi, podejmowanie w razie potrzeby środków naprawczych, spełni te wymogi.

Obecnie działający na Ukrainie mechanizm tworzenia specjalnych funduszy państwowych i lokalnych budżetów kosztem podatku ekologicznego jest symbiozą dwóch przeciwstawnych koncepcyjnie mechanizmów – pośredniej (jako głównej) i bezpośredniej (jako dodatkowej) regulacji. Mechanizm ten opiera się na metodzie płatności za zanieczyszczenia, która została odrzucona we wszystkich krajach świata. Narzędzia takie jak podatek od emisji i opłaty w ramach ustalonych limitów (to znaczy za dopuszczalny poziom emisji zanieczyszczeń, dozwolony przez progresywny standard środowiskowy) oraz podatek od maksymalnie dopuszczalnej emisji i odpadów (tj. za emisje i odpady w ramach norm sanitarnych, które nie przekraczają maksymalnych dopuszczalnych limitów), nie mają odpowiedników w zachodniej praktyce.

Ważnym elementem w określaniu wielkości niezbędnych środków finansowych na działania związane z ochroną środowiska jest ocena społecznych i środowiskowych, bieżących i przyszłych, a nie tylko krótkoterminowych i czysto ekonomicznych kosztów i korzyści projektów gospodarczych oraz decyzji dotyczących tworzenia i wykorzystania specjalnych funduszy budżetu państwa i budżetów lokalnych.

Korzystając z modelu tworzenia funduszy na ochronę środowiska opartego na mechanizmie bezpośredniej regulacji środowiskowej, preferowane są przede wszystkim metody przymusu niegospodarczego i ekonomicznego, które pozwalają, po pierwsze, na uzyskanie lepszych cech środowiskowych, a po drugie, na osiągnięcie celów przy niższych kosztach. Jednocześnie należy je uzupełnić o specjalne instrumenty ekonomiczne, które pełnią funkcję optymalizacji kosztów ochrony środowiska.

Jako narzędzie promujące społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw w dziedzinie ochrony środowiska proponuje się stosowanie modelu bezpośrednich regulacji środowiskowych. Kluczową kwestią bezpośredniej regulacji jest stosowanie progresywnych (pośrednich) norm środowiskowych dla dopuszczalnych emisji, ustanowionych przez prawo lub procedurę administracyjną, w połączeniu z zachętami ekonomicznymi dla przedsiębiorstw, które chcą je osiągnąć, oraz sankcjami gospodarczymi za ich nieprzestrzeganie. Kluczowym punktem modelu regulacji bezpośredniej nie jest ustalenie kosztu szkód w przyrodzie, nie wyliczenie wysokości opłat za zanieczyszczenie, lecz obliczenie społecznie niezbędnych i ekonomicznie opłacalnych kosztów związanych ze stałą redukcją poziomu naruszenia integralności i jakości otaczającego środowiska. Zgodnie z tym, ilość środków finansowych przeznaczonych na politykę ochrony środowiska jest określana przez możliwości, które społeczeństwo posiada i ustalana przez władze centralne i lokalne.

Jako narzędzie praktycznego wdrażania odpowiedzialności za środowisko coraz częściej stosuje się systemy certyfikacji i znakowania. Biorąc pod uwagę wzmocnienie wymagań środowiskowych, których jednym z głównych powodów jest wykracanie poza rynki krajowe, krajowe przedsiębiorstwa przemysłowe intensyfikują swoją działalność w dziedzinie certyfikacji środowiskowej.

Ważnym narzędziem praktycznego wdrażania odpowiedzialności środowiskowej podmiotów gospodarczych jest terminowe informowanie wszystkich zainteresowanych stron

o uzyskanych wynikach, zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, w tym poprzez otwartą publikację raportów społecznych (niefinansowych).

Raportowanie pozwala grupie interesariuszy na niezależną analizę i ocenę odpowiedzialności środowiskowej podmiotów gospodarczych według następujących kryteriów:

- ♦ koncepcji i istoty odpowiedzialności za środowisko,
- ♦ miejsca w systemie wartości podmiotów,
- ♦ charakteru i formy interakcji ze wszystkimi zainteresowanymi stronami,
- ♦ głównych kierunków realizacji programów środowiskowych, a także dynamiki kluczowych wskaźników odpowiedzialności za środowisko,
- ♦ problemów i kierunków dalszego rozwoju.

Warto zauważyć, że raportowanie społeczne nie zawiera informacji o charakterze poufnym, a jednocześnie strategicznym, która, jeśli zostanie upubliczniona, ma wpływ na przewagę konkurencyjną.

Państwo w ramach wdrażania polityki zarządzania odpowiedzialnością społeczną przedsiębiorstw w zakresie ochrony środowiska powinno przede wszystkim określić normy i standardy regulujące działalność gospodarczą oraz władz terytorialnych, a także zapewnić jednolitość i właściwe stosowanie tych regulatorów.

5. Wnioski

Wykorzystanie koncepcji bezpośredniej regulacji w zakresie ochrony środowiska, obejmującej zarządzanie środowiskiem za pomocą narzędzi normatywnych, administracyjnych, legislacyjno-ekonomicznych do realizacji różnych celów funkcjonalnych, jest podstawą pobudzenia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w zakresie ochrony środowiska na Ukrainie. Konieczne jest wyraźne wprowadzenie zakazów lub ograniczeń w zakresie zanieczyszczenia środowiska, a ograniczenia powinny podlegać regularnym przeglądom w celu zaostrzenia wymagań.

Odpowiedzialny za środowisko naturalne biznes w gospodarce rynkowej nie tylko zapewnia maksymalny wzrost konsumpcji, zwiększając możliwości wyboru konsumentów i ich zadowolenie, jak również maksymalny wzrost jakości życia, ale także wspiera zrównoważony rozwój regionów, racjonalne użytkowanie, zachowanie i przywracanie potencjału naturalnego kraju, zachowanie wysokiej jakości środowiska z myślą o przyszłych pokoleniach.

Efektywność produkcji i działalności gospodarczej przedsiębiorstw w dużym stopniu zależy od funkcjonowania systemu marketingowego, w tym marketingu środowiskowego, czyli marketingu ekologicznego. Skuteczność komponentu środowiskowego przy rozważaniu biznesu odpowiedzialnego środowiskowo można określić na podstawie drzewa celów. Nie ma jednak wątpliwości, że wszystkie kierunki poprawy gospodarki marketingowej powinny być realizowane systematycznie i kompleksowo. Marketing ekologiczny może odegrać swoją rolę pod warunkiem, że system marketingowy został ustanowiony i wyregulowany w przedsiębiorstwie i że działa skutecznie.

Bibliografia

- [1] Konstytucja Ukrainy. Biuletyn Rady Najwyższej Ukrainy. 1996. Nr 30. Art. 50.
- [2] Deklaracja Milenijna Narodów Zjednoczonych. Zatwierdzone rezolucją Zgromadzenia Ogólnego 55/2 z 8 września 2000 r. (movo original), http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_621

- [3] BLAGOJETELYEVA-VOVK, S. LEONIDOVNA, *Enterprise jako mikrotypizacja*, Czerkasy, Brama-Ukraina, 2010.
- [4] VARLAMOVA I.S., *Opodatkowanie ekologiczne jako podstawa zrównoważonego rozwoju gospodarki narodowej*, Globalne i krajowe problemy gospodarki 2015, nr 8, s. 807–810, <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/170.pdf>.
- [5] GRISHCHUK V.K., *Odpowiedzialność społeczna: samouczek*, Lwowski Państwowy Uniwersytet Spraw Wewnętrznych, Lwów 2012.
- [6] Ustawa Ukrainy „O ochronie środowiska”, Biuletyn Rady Najwyższej Ukrainy (VVR), 1991, nr 41, nr 546, <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-ohoronu-navkolishnogo-1991-795.html>
- [7] ISO 2600, www.iso.org
- [8] KAMISHNIKOVA E.V., *Analiza środowiskowych aspektów społecznej odpowiedzialności biznesu w stowarzyszeniach ukraińskich przedsiębiorstw*. Analiza ekonomiczna: Sb. nauki działła Tarnopol: Centrum Wydawniczo-Poligraficzne Uniwersytetu Ekonomicznego w Tarnopolu, Myśl Ekonomiczna, 2017, t. 27, nr 4, s. 205–210.
- [9] KUDINOVA A.V., *Związek konsumpcji w paradygmacie światowej ekonomii politycznej*, Kijowski Narodowy Uniwersytet Ekonomiczny im. V. Hetmana, Kijów 2016.
- [10] OKHRIMENKO O., IVANOVA T.V., *Odpowiedzialność społeczna*, Kijowski Instytut Politechniczny, Kijów 2015.
- [11] PANUKHNIK YA.G., *Aktywna społecznie działalność jako instrument modernizacji technologii zarządzania przedsiębiorstwem w miejskim systemie gospodarczym*, Innowacyjna Ekonomia, 2016, nr 3–4, s. 60–65.
- [12] POLOVYAN A.V. *Typologia narzędzi służących zapewnieniu zrównoważonego rozwoju systemów społeczno-gospodarczych*, [w:] *Zarządzaniu rozwojem systemów społecznych i gospodarczych: globalizacja, szkolenia, stal, ekonomia*, cz. 3, red. S.V. Bepalova, Donieck 2011, s. 167–169.
- [13] SAVCHENKO I.G., *Odpowiedzialność społeczna w kontekście rozwoju państwa socjalnego na Ukrainie*, Aktualne Problemy Administracji Publicznej, 2005, cz. 1, s. 55–63.
- [14] SADCHENKO E.V., *Zasady i koncepcje marketingu środowiskowego*, Astroprint, Odessa 2002.
- [15] SADCHENKO E.V., Kharichkov S.K., *Marketing ekologiczny: koncepcje, teoria, praktyka i perspektywy rozwoju*, Odessa 2001.
- [16] SADCHENKO E.V., *Partnerstwo prywatnych i publicznych sektorów gospodarki i biznesu przyjaznego dla środowiska. Zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa, regionu, społeczeństwa: innowacyjne podejście*, Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2014, s. 87–99.
- [17] SADCHENKO E.V., *Rola marketingu w systemie bezpieczeństwa rozwoju gospodarczego*. Zarządzaj Bezpieczeństwem w Magazynie. Innovation Storage Warehouse, red. O.V. Prokopenko, V.O. Shcherbachenko. Sumi, Ttorov, 2017, t. 4, s. 213–224.
- [18] SADCHENKO O.V., *Naukowe i metodologiczne podstawy regulacji ekologiczno-ekonomicznej w systemie państwowego zarządzania zasobami naturalnymi (sekcja III)*. Instytucjonalne zasady rozwoju systemu zarządzania przyrodą, red. Burkinsky B.V., Narodowa Akademia Nauk Ukrainy, Instytut Problemów Rynkowych i Badań Ekonomiczno-Ekologicznych, IMPREDA NANU, Odessa 2017, s. 66–110.
- [19] SADCHENKO E.V., *Marketing działalności innowacyjnej w wykorzystaniu natury jako instrumentu realizacji biznesu odpowiedzialnego pod względem ochrony środowiska*, red. T.V. Averikhina, T.P. Adamets, N.V. Anderson, Ye.V. Khlobystova, Kijów 2017, s. 486–497.
- [20] SADCHENKO O.V., *Technologie marketingowe w zarządzaniu rynkiem towarów przyjaznych dla środowiska*, Innowacje Ekonomiczne, 2018, 66, Odessa, s. 174–181.
- [21] SADCHENKO O., *O socjetalnym systemie innowacyjnego rozwoju społeczeństwa*, [w:] *Innowacje w gospodarce, przedsiębiorstwie i społeczeństwie*, red. Z. Malara, J. Skonieczny, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2018.
- [22] *Odpowiedzialność społeczna: teoria i praktyka rozwoju*, red. K. Bicz, Kijów 2012.
- [23] *Spółeczny wymiar w biznesie*. Międzynarodowe Forum Liderów Biznesu pod patronatem Księcia Walii. M.: NP Specjalne inwestycje. Izd. Dom „Czerwony kwadrat”, 2001.
- [24] STALINSKA E.V., *Zestaw wskaźników do oceny trwałości rozwoju przedsiębiorstw metalurgicznych*. Refleksyjne procesy i zarządzanie w gospodarce: mes. raport i mater. II All-env. naukowo-praktyczne conf. Donieck: IEP NAS of Ukraine, 2011, s. 122–125.
- [25] STEPHEN P., Coulter M., *Management*, 6. wyd., tłum. z jęz. ang., Izd. „Williams”, 2004, s. 192–195.

- [26] KHLIBISTOV YE.V. *Strategiczny potencjał bezpieczeństwa ekologicznego: technologia wzrostu gospodarczego*, red. Ye.V. Chlobistova, Ukrainian Bestseller, Lviv 2012.
- [27] SHAPOVAL V.M., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu w strukturze zarządzania gospodarczego*, National Mining University, 2011.
- [28] SHAPOVAL V.M., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu w strukturze zarządzania gospodarczego*, National Mining University, 2011.
- [29] SHERSHENYUK O.M., *Teoria ekonomii: podsumowanie wykładów*. Zasób elektroniczny. Charków 2018 <http://dl.khadi.kharkov.ua/>
- [30] KARINTSEVA A.I., DEGTYAREVA I.D., TARASENKO S.V., *Ekologiczna wartość firmy jako element wartości nowoczesnego przedsiębiorstwa w gospodarce informacyjnej. Problemy społeczno-ekonomiczne współczesnego społeczeństwa*. University Book, 2010, s. 825–838
- [31] CARROLL A.B., *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons, 1991, vol. 34 (4), s. 39–48.
- [32] HART S.L., *Beyond greening: strategies for a sustainable world*, Harvard Business Review, 1997, vol. 75 (1), s. 65–76.
- [33] RAHMAN S., *Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility*, World Review of Business Research, 2001, Vol. 1, No. 1, s. 166–176.
- [34] ROTH P., SCHRAND A., *Touristik-Marketing*, Munchen–Vahlen 1995.
- [35] SADCHENKO E.V., *Causes and ways of development recreational areas tourist destination. Problems of development modern science: theory and practice. Collection of scientific articles*. EDEX, Madrid 2016, s. 77–80.
- [36] Strona internetowa ONZ na Ukrainie. Wyniki badania: Społeczna odpowiedzialność biznesu na Ukrainie [zasoby elektroniczne], http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

Business responsibility for the environment as a shaping tool marketing economy in Ukraine

Elene Sadchenko

The article discusses the corporate social responsibility, in which one of the elements is the environmental component. Underestimation of natural resources and environmental damage leads to distort indicators describing economic development and progress, and affect the choice direction of ineffective socio-economic development. Based on the literature, the levels of corporate social responsibility were defined and its classification based on CSR commitments was developed.

Key words: corporate social responsibility, environmentally responsible business, natural resources, environmental damage, classification
