

## **ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ В СИСТЕМУ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Іванієнко В.В.**, кандидат економічних наук, професор,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна  
**Сатушева К.В.**, кандидат економічних наук, доцент,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Дослідженням впровадження міжнародних стандартів ведення бізнесу займалися багато вітчизняних вчених, зокрема Карташов Є.Г., Кизим М.О., Пономаренко В.С., Грищенко О.Ф., Голишева Є.О., Огородник В.В., Грішнова О.А., Думанська В.П., Бочарова Н.А. та інші. Однак проблематика щодо впровадження екологічних принципів соціальної відповідальності інноваційно активним бізнесом не втрачає своєї актуальності.

До сьогодні в Україні прийняті як державні стандарти ГОСТ Р ISO 14000 п'ять документів, що є перекладами відповідних стандартів:

ISO 14001 «Системи управління навколишнім середовищем. Вимоги і керівництво щодо застосування».

ISO 14004 «Системи управління навколишнім середовищем. Керівництво за принципами організації і методами забезпечення функціонування».

ISO 14010 «Керівництво щодо екологічного аудиту. Основні принципи ISO 1401 і екологічний аудит. Аудит системи екологічного управління».

ISO 14012 «Екологічний аудит. Кваліфікаційні вимоги до екологів-аудиторів».

Основний документ серії – ISO 14001 – не містить жодних абсолютних вимог до дії організації на навколишнє середовище за винятком того, що організація в спеціальному документі має оголосити про своє прагнення відповідати національним стандартам.

Такий характер стандартів зумовлений, з одного боку, тим, що ISO 14000 як міжнародні стандарти не повинні вторгатися у сферу дії національних нормативів. З іншого боку, попередником ISO є «організаційні» підходи до якості продукції, згідно з якими, ключем до досягнення якості є вибудовування належної організаційної структури й розподіл відповідальності за якість продукції та послуг [1].

Система стандартів ISO 14000 забезпечує зменшення несприятливого впливу на навколишнє середовище на двох рівнях:

1. Організаційному – через поліпшення екологічної «поведінки» корпорацій.

2. Національному – через створення істотного доповнення до національної нормативної бази і компонента державної, екологічної політики.

Документи, що входять в систему, можна умовно поділити на три основні групи:

- принципи створення та використання систем менеджменту навколишнього середовища;
- інструменти екологічного контролю й оцінювання;
- стандарти, орієнтовані на продукцію.

Ключовим поняттям серії ISO 14000 є поняття системи менеджменту навколишнього середовища в організації (підприємстві або компанії). Тому центральним документом стандарту вважається ISO 14001 «Специфікації і керівництво щодо використання систем менеджменту навколишнього середовища». На відміну від решти документів, всі його вимоги щодо «аудиту» полягають у тому, що відповідність або невідповідність їм конкретній організації може бути встановлена з високою точністю. Саме відповідність стандарту ISO 14000 і є предметом формальної сертифікації. Решта всіх документів розглядається як допоміжні.

За задумом ISO, система сертифікації має створюватися на національному рівні. Як показує досвід таких країн, як Канада, головну роль у процесі створення національної інфраструктури сертифікації відіграють національні агентства зі стандартизації, такі як держстандарт, а також торговельно–промислові палати, союзи підприємців тощо.

Оскільки вимоги ISO 14000 багато в чому перетинаються з ISO 9000, можлива полегшена сертифікація підприємств, які вже мають документ відповідності ISO 9000 [1].

Прийняття Україною ISO серії 14000 як національних стандартів (ДСТУ) стало першим кроком на шляху систематизації діяльності підприємств у сфері екології.

Тенденції розвитку промислового сектору, його стрімке зростання сприяють дедалі більшій зацікавленості підприємств, а також суспільства в управлінні та регулюванні проблем навколишнього середовища. У підприємств зростає попит щодо вивчення та подальшого впровадження нових екологічних практик, які є одним із компонентів стратегії корпоративної соціальної відповідальності [2].

До головних переваг підприємств, що дотримуються екологічних стандартів слід віднести:

- зниження матеріальних витрат завдяки рециклінгу;
- зниження енергомісткості виробництва;
- відсутність непередбачуваних витрат на оплату страхових полюсів;
- залучення кваліфікованого персоналу;
- одержання більших доходів від продажу екологічно чистої продукції;
- розвиток «зеленого» ринку, надання екологічних послуг;
- підвищення іміджу підприємства серед стейкхолдерів;
- краща інтеграція до внутрішнього та міжнародного просторів [3].

Екологічна складова корпоративної соціальної відповідальності розглядається як свідома та добровільна участь бізнесу у програмах з раціонального застосування сировинних та природних ресурсів, збереження екологічної стабільності через зменшення впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище, а також комплекс інших заходів, спрямованих на попередження чи усунення їх негативного впливу. Найбільш інноваційно активним підприємствам необхідно орієнтуватися на найкращі доступні технології, які є в галузі. Для виконання вимог підприємства повинні модернізувати обладнання для очищення викидів та скидів, застосовувати нові технології виробництва, впроваджувати замкнені виробничі цикли, застосовувати принцип екологічно орієнтованого проектування продукції, розробляти та впроваджувати технології ресурсозбереження. Одні підприємства враховують екологічні імперативи у своїй діяльності та розробляють плани на перспективу, дотримуючись зростаючих екологічних вимог, інші – обмежуються виконанням поточних вимог з боку держави.

Наголосимо, що в січні 2020 року Уряд прийняв рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [4].

Таким чином, підвищити свою екологічну ефективність підприємство може, впровадивши в систему менеджменту стандарти ISO з екологічного менеджменту, менеджменту енергоефективності, менеджменту соціальної відповідальності. Як правило проваджують нове інноваційно налаштовані бізнес-структури.

#### **Література:**

1. Карташов Є.Г. Розвиток міжнародних стандартів в системі природокористування та охорони навколишнього середовища. *Державне управління: удосконалення та розвиток.* 2017. № 5. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur\\_2017\\_5\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2017_5_3)

2. Могильна Л.М., Ткаченко В.В. Міжнародні стандарти впровадження екологічних принципів соціальної відповідальності інноваційно активним бізнесом. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-12>

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1186/1143>

3. Харченко Т.Б. Впровадження екологічної стандартизації як чинника підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2011. Вип. 26. С. 208-213.

4. В Україні схвалено концепцію розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року. Міністерство економіки України.

URL: <https://www.me.gov.ua/News/DetailPid=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828> (дата звернення: 10.01.2024).

## **ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ПЕРЕВАГИ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**Ільченко А.Є.**, здобувачка першого (бакалаврського) рівня ВО\*,  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В сучасному світі, охопленому стрімкими змінами та постійним технологічним прогресом, інноваційні маркетингові стратегії стають ключовими елементами в успішному управлінні підприємствами. За останні роки вони виявились не просто допоміжними засобами, але й стратегічними факторами, що визначають конкурентоспроможність та стійкість компаній на ринку. Маркетингові стратегії, що базуються на використанні новітніх інструментів та технологій, дозволяють підприємствам не лише утримати свої позиції, але й займати лідерські позиції у своїх галузях.

Метою дослідження є визначити поняття «маркетингові стратегії» та проаналізувати, який вплив на ефективність управління підприємствами вони мають, з'ясувати їх переваги, виклики та перспективи. Вивченням цієї теми у сфері менеджменту займалися чимало дослідників, серед них, В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова, Л.В. Шульга. Значний внесок у дослідження питань розробки маркетингових стратегій управління діяльністю підприємства зробили: Г. Армстронг, Г. Ассель, Л.В. Балабанова, О.В. Березін, Н.В. Бутенко.

В умовах ринкових відносин вирішальним фактором конкурентоспроможності підприємств є ефективність системи

---

\* Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н., доцент