

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ РИНКУ, СУСПІЛЬНОЇ ТА КОРПОРАТИВНОЇ СВІДОМОСТІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Перші підприємства із корпоративною формою власності з'явилися в Україні лише після здобуття незалежності. Водночас в цей самий період вперше було визнано концепцію сталого розвитку на саміті ООН, та поступового впровадження в діяльність компаній стандартів GRI. Далі відбулась активна фаза влиття міжнародних компаній та інтеграційних процесів на вітчизняні ринки, що посилювало розвиток вітчизняних компаній, але лише в сфері виробничо-господарських зв'язків. На даному етапі розвитку вітчизняні підприємства використовують управлінський досвід закордонних компаній, використовують готові практики з корпоративного управління, менеджменту та маркетингу. Але досі залишилось не визначеною роль та значення підприємства для розвитку суспільства, а також неналагоджені зовнішні зв'язки підприємств із громадськістю, споживачами, державними органами та взаємодія підприємств на ринку задля досягнення спільної мети. Вітчизняному суспільству, яка виховане на принципах патерналізму, притаманне безвідповідальне ставлення до ресурсів, а також як і вітчизняним компаніям відсутність ринково-орієнтованої культури. Причинами цього є відсутність поступального та еволюційного розвитку в ринковому середовищі.

Варто зазначити, що деякі вітчизняні підприємства здійснювали соціальні та благодійні проекти, але не на перманентній основі та розглядалась більш як іміджева частина їх діяльності. Із певною хронологічністю та гостротою актуальності розглядалися та мали практичну реалізацію такі питання як: ощадливе виробництво, виробництво закритого циклу і особливо використання/ впровадження альтернативних джерел енергії і т.д., все це послужило основою та формування колективного знання із біоекономіки.

В зв'язку із інтенсифікацією міжнародних тенденцій та накопиченням управлінського знання на вітчизняних підприємствах все частіше впроваджуються практики соціальної відповідальності бізнесу, програми сталого розвитку компаній та вступають і дію корпоративні кодекси етики.

В світовій практиці все більше набуває актуальності тренду sustainability, тобто впровадження ідеї сталого споживання через концепції «повільного руху» в рамках цілої філософії уповільненого ритму життя. Також інтенсифікується активний вплив екоактивістів та різних спільнот, відображенням впливу яких є поява концепції та цілого напрямку «етичної моди». Компанії для подальшого розвитку впроваджують практики «зменшення відходів», а також «голого пакування», зміщення зі «швидкої моди» до «повільної моди» відповідно до тенденцій. Проте, можемо помітити певні «подвійні стандарти» в діяльності компаній. Зокрема, компанії свідомо збільшують виробництво, стимулюють споживання, штучно диференціюють товари, скорочують термін експлуатації речей і т.д., при цьому впроваджують програми із переробки власних продуктованих та нарощених ними ж відходів. Споживачі надають перевагу брендам зважаючи на цінності й світоглядні позиції компанії, які здатні збалансовувати свої ініціативи не лише щодо капіталізації, але із соціально значущими ініціативами. Зокрема, для вітчизняних споживачів особливо важлива позиція компанії на суспільно-політичні явища, тому активно впроваджується культура скасування та інститут репутації. Тому варто підкреслити, що такі тенденції, вже більше диктуються не ринком або розвитком технологій, а переосмисленням цінностей самим суспільством.

З моменту першого оприлюднення концепції сталого розвитку на саміті ООН сформувалось достатня кількість практик, систем, політик, підходів різних управлінських концепцій та прикладів практичної імплементації на різних рівнях, також сформовано світові інституції, норми, стандарти і т.д., що має слугувати основою для формування філософії вітчизняних компаній та формування соціальної свідомості.