

УДК 330.34-021.387:502.1]:658:664(477)
DOI: 10.31732/2663-2209-2023-72-65-70

АНАЛІЗ ЕКОЛОГІЧНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЇХ ВИМІРНИСТЬ СЕРЕД ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Вадим Панко¹

¹Аспірант кафедри управлінських технологій, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», Національний менеджер по Україні UPM Raflatac, м.Київ, Україна, e-mail: vadyu.panko@upmraflatac.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2994-8754>

ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND THEIR MEASURABILITY AMONG FOOD INDUSTRY ENTERPRISES OF UKRAINE

Vadym Panko¹

¹Ph.D. student in Management, "KROK" University, Senior country manager of Ukraine at UPM Raflatac Kyiv, Ukraine, e-mail: vadyu.panko@upmraflatac.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2994-8754>

Анотація. Тема захисту навколишнього середовища продовжує набирати актуальності серед суспільства та в бізнес-середовищі Західних країн, які на сьогодні і є лідерами в цьому питанні. Розвиток цієї проблематики в Західних країнах призвів вже до формулювання великою кількістю підприємств чітких та вимірюваних екологічних цілей сталого розвитку, обмежених часовими рамками досягнення. На сьогодні у світовому бізнес-середовищі приділяється особлива увага таким екологічним цілям сталого розвитку, як ціль № 16 «Пом'якшення наслідків зміни клімату» та № 12 «Відповідальне споживання та виробництво» [1]. Пріоритетність цілей сталого розвитку в Україні наразі відрізняється від світового досвіду та екологічним аспектам сталого розвитку в бізнес-середовищі України приділяється менше уваги. Вивчення питання розповсюдженості наявності екологічних цілей сталого розвитку та їх якості в порівнянні з Західними компаніями доволі складне та витратне. Спробувати зрозуміти стан речей в цій проблемі та причино-наслідкові зв'язки без високих матеріальних витрат можна проаналізувавши деякий прошарок найбільших компаній із тої сфери бізнесу, яка орієнтована на масове виробництво та збут продукції серед всіх верств населення України. Фокус у дослідженні був приділений підприємствам харчової промисловості України через їх масовану взаємодію із населенням всіх верств і публічність таких компаній. Дослідження проводилось методом пошуку інформації з відкритих джерел, переважно з вебсторінок компанії на наявність екологічних цілей сталого розвитку на підприємствах харчової промисловості України, проаналізовано їх вимірність та наявність часових рамок досягнення. Також проведено аналіз залежності наявності екологічних цілей сталого розвитку від приналежності компанії до іноземного капіталу та зроблено припущення щодо можливих причин різниці в підходах до формування таких цілей. Відсутність публічної інформації по екологічних аспектах сталого розвитку звичайно не може говорити про її відсутність в компанії взагалі, але чітко визначає бачення цінності донесення такої інформації до споживачів з боку бізнесу.

Ключові слова: екологічні цілі, сталий розвиток, відповідальний бізнес, вимірюваність екологічних цілей, харчова промисловість України

Формули: 0; рис.: 1; табл.: 1; бібл.:12

Abstract. The topic of environmental protection continues to gain relevance among society and in the business environment of Western countries, which today are leaders in this issue. The development of this problem in Western countries has already led to the formulation by a large number of enterprises of personal clear and measurable environmental goals of sustainable development, limited by the time frame of achievement. Today, the global business environment is paying special attention to environmental sustainable development goals, such as Objective No. 16 "Modification of the Impact of Climate Change" and No. 12 "Responsible Consumption and Production". [1]. The priority of the Sustainable Development Goals in Ukraine is currently different from world experience and the environmental aspects of sustainable development in the business environment of Ukraine are given less attention. The question of the prevalence of the existence of environmental goals of sustainable development and their quality in comparison with Western companies is quite difficult and expensive. To try to understand the state of things in this problem and causal and consequential relations without high material costs can be analyzed by analyzing some layers of the largest companies from the area of business, which is oriented to mass production and sale of products among all strata of the population of Ukraine. The focus in the study was given to enterprises of the food industry of Ukraine because of their massive interaction with the population of all strata and publicity of such companies. The research was carried out using the method of searching for information from open sources, mainly from the company's web pages on the presence of environmental goals of sustainable development in the enterprises of the food industry of Ukraine, their

measurability and the availability of timelines of achievement was analysed. An analysis was also carried out of the dependency of the existence of environmental goals of sustainable development from the affiliation of the company to foreign capital and hypotheses were made about possible reasons for the difference in approaches to the formation of such goals. The lack of public information on environmental aspects of sustainable development can not speak of its absence in the company at all, but clearly defines the vision of the value of bringing such information to consumers by business.

Keywords: *environmental goals, sustainable development, responsible business, measurability of environmental objectives, food industry of Ukraine*

Formulas: 0; **fig.:** 1; **tabl.:** 1; **bibl.** 12

Постановка проблеми. Захист навколишнього середовища, який є одним з базових компонентів сталого розвитку, досить активно обговорюється в науковому середовищі, бізнесі, суспільстві та органами державної влади України. В бізнес середовищі Західних країн доволі швидкими темпами просувається від декларування своїх цілей у сфері захисту навколишнього середовища до конкретного вимірних показників та строків їх досягнення. Концепція необхідності вимірності цілей та строків їх досягнення є ключовим елементом науки та практики менеджменту і не викликає сумнівів на шляху їх досягнення. Прогрес досягнення цілей сталого розвитку у сфері захисту навколишнього середовища в бізнес-середовищі України наразі є мало освітленим і що важливо не лише в наукових колах, але і для суспільства в цілому. Саме суспільство впливає на бізнес-середовище через створення попиту та надання переваги тим чи іншим брендам та змушує підприємства ставити перед собою ті чи інші завдання та досягати їх. Проблемними питаннями в цій статті поставлено не лише намагання зрозуміти реальний прогрес у сфері захисту навколишнього середовища з боку бізнесу, але і висвітлення такого прогресу в публічному просторі.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Микола Карлін [2] робить твердження, про початок врахування деякими підприємствами України у своїй роботі принципів «зеленої» економіки, але наводить лише один приклад галузі агрохолдингу «Астарта-Київ» зі сфери харчової промисловості, яка насправді має структуровану та досить чітку програму

декарбонізації опубліковану в публічному просторі [3].

Круглова О.А. та Олім В.О. аналізуючи корпоративну відповідальність підприємств харчової промисловості України, в тому числі й у сфері захисту навколишнього середовища, приходять до висновку, що підприємства в дослідній сукупності дотримуються принципів соціально-відповідального бізнесу та впроваджують соціально спрямовані заходи у практику діяльності [4]. Насправді можна погодитись в багатьох випадках про практичні дії деяких досліджених авторами підприємств у сфері корпоративної відповідальності, в тому числі у сфері захисту навколишнього середовища, але у вибірковій перевірці наведених посилань можна чітко зауважити такі недоліки як розмитість/відсутність екологічних цілей та програми (декларування загальних принципів), або реалізацію конкретних проєктів (по зменшенню викидів, підвищенню енергоефективності), проте відсутність екологічної політики, вимірних цілей, програм та вимірювання прогресу, принаймні в публічному просторі. Беручи до уваги, що дослідження було опубліковано у 2021 році, то такі підходи із загальними формулюваннями не можуть наразі вважатися достатніми для досягнення результатів у сфері екологічних цілей сталого розвитку. Вагомим можна вважати дослідження, що проводяться Європейською Бізнес Асоціацією, останнім з яких був «Індекс Сталого Розвитку - 2022»[1].

Невирішеною частиною проблеми є оцінка вимірності та встановлення строків досягнення цілей екологічних сталого розвитку підприємствами харчової промисловості України. Більш широка

проблема також включає в себе наявність таких цілей взагалом та причини мотивації бізнесу по їх встановленню та оприлюдненню для громадскості.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз наявних екологічних цілей сталого розвитку на підприємствах харчової промисловості України та їх вимірність на основі публічних даних.

Наукові методи, використані для проведення дослідження, представлено у цій науковій статті: аналіз наукових джерел, дослідження європейської практики ведення бізнесу, порівняльний аналіз пріоритетних цілей сталого розвитку для бізнесу в Україні та світі, аналіз відкритих даних про діяльність компаній, доступних на сайтах, для оцінки їхніх екологічних цілей у сферах вуглецевого сліду, води, відходів та пакування, графічні методи для представлення результатів систематизації аналізу екологічних цілей підприємств харчової промисловості України. В цілому, дизайн дослідження використовує комбінацію кількох наукових методів для отримання комплексного розуміння екологічних цілей сталого розвитку на підприємствах харчової промисловості в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європейська Бізнес Асоціація в Україні наводить у своєму дослідженні порівняння пріоритетності для бізнесу цілей сталого розвитку в Україні та світі [1]. І якщо в світі одним з пріоритетів є ціль № 16 «Пом'якшення наслідків зміни клімату» та № 12 «Відповідальне споживання та виробництво», то на жаль, для бізнесу України ці цілі не є пріоритетними. Загалом із переліку компаній, які публікували звіти сталого розвитку ЕВА виділяє лише декілька, які можна віднести до харчової промисловості: МНР, Carlsberg Ukraine, Kernel, «Астарт-Київ», «Контінентал Фармерз Груп». Слід зауважити, що всі ці компанії або мають іноземні інвестиції, або активно експортують свою продукцію.

За даними журналу Forbes Ukraine серед 20 найбільших виробників харчової

продукції в Україні присутні як українські, так і міжнародні бренди [5]. В статті не розглядаються аспекти сталого розвитку цих компаній, але для цілей цього дослідження використано лише факт їх входження до найбільших компаній харчової промисловості України. На базі публічних даних доступних на сайтах перелічених компаній проведений аналіз по таких аспектах екологічних цілей сталого розвитку в них: вуглецевий слід, вода, відходи та пакування. Аналіз представлений в Таблиці 1.

Слід зауважити, що збір даних проходив на протязі грудня 2023 року та існує можливість, що в цей період часу дані з веб-сторінок деяких компаній були неповні або недоступні з технічних причин.

На рис. 1 проведено графічний аналіз серед українських та міжнародних брендів харчової промисловості по наявності та публічній доступності вимірних екологічних цілей сталого розвитку. З рис. 1 чітко видно, що по більшості українських брендів не знайдено інформації в публічному просторі по екологічних цілях, або вони не сформульовані чітко і не є вимірними. З іншого боку всі міжнародні бренди мають чітку публічну комунікацію та в них сформовані вимірні екологічні цілі сталого розвитку.

Висновки. На жаль переважна більшість досліджених локальних компаній харчової промисловості в Україні не заявляють публічно своїх екологічних цілей сталого розвитку і не приділяють цьому питанню достатньо уваги. Цей факт не пов'язаний з поточним воєнним станом в Україні, бо за попередні роки публікації звітів по екологічним аспектам сталого розвитку та статистичні дані також дуже обмежені та не системні. Деякі з досліджених локальних компаній мають несистемні дані або публікації про діяльність у сфері охорони навколишнього середовища, але часто лише в декларативному характері або статистичні дані про наявний вплив, іноді про окремі екологічні програми.

Таблиця 1. Аналіз екологічних цілей сталого розвитку серед підприємств харчової промисловості України

Компанія	Вуглецевий слід	Вода	Відходи та пакування
Кондитерська корпорація «РОШЕН»	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	У звіті за 2017-2018 заявлені такі загальні тези: при розробці пакування керуватися раціональним підходом до використання поновлюваних ресурсів по можливості використовувати перероблені матеріали
ТОВ "Нестле Україна"	Скоротити викиди вдвічі до 2030 року і досягти нульового викиду парникових газів до 2050 року.	Загальні принципи політики водної екологічної стійкості Nestlé вказані на сайті материнської компанії.	Перехід до пакувальних матеріалів, на 100% придатних до повторної переробки або повторного використання до 2025 року. Нуль відходів у виробничому процесі. Всі відходи фабрик переробляються або відправляються на термоліз.
ПрАТ «Карлсберг Україна»	Нуль вуглецевих викидів по всьому ланцюгу створення вартості до 2040 року	Нуль втрат води	Нуль пакувальних відходів
ПрАТ «ОБОЛОНЬ»	Деякі статистичні дані за 2010-2015 рік. Загальна ціль звучить як поетапне зниження викидів в атмосферу	Деякі статичні дані за 2010-2015 рік по повторному використано води.	Останні статичні дані в звіті за 2010-2015 рік. Загальна ціль описана як максимально можлива переробка виробничих відходів
Кока-Кола Беверіджиз Україна	Досягти нульових викидів вуглецю до 2050 року	Досягніть 100% замкненого циклу води – або регенеративного використання води – на 175 об'єктах визначених як «місця лідерства» до 2030 року	До 2030 року досягти можливості збору здачі на переробку всіх вироблених пляшок або банок. Можливість 100% вторинної переробки пакування у всьому світі до 2025 року та використання принаймні 50% перероблених матеріалів в пакуванні до 2030 року
PepsiCo Україна	Скоротити абсолютні викиди парникових газів у ланцюжку створення вартості більш ніж на 40% до 2030 року, включаючи скорочення викидів від прямої діяльності на 75%. Досягти нульового рівня викидів до 2040 року	Ціль до 2030 року: Підвищити ефективність оперативного водокористування на 25% у районах з високим ризиком для води до 2025 року. Позитивний баланс чистої води: поповнювати місцеві водозбори на понад 100% води, яка використовується.	2030: Відмовитись від первинного пластику з невідновлюваних джерел у бізнесі напоїв і готових страв по всьому світу в 50% продуктового асортименту.
МФ Фаворит, корпорація АТБ	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
Global Spirits	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
«Радохівський цукор»	14.06.2023 на сайті компанії заявлено про проходження внутрішнього екологічного аудиту. Кодекс корпоративної етики компанії містить загальні тези про устремління до охорони навколишнього середовища. Екологічні цілі не заявлені публічно.		

Компанія	Вуглецевий слід	Вода	Відходи та пакування
Молочний альянс»	На корпоративному сайті заявлена загальна теза про пріоритетні в питаннях екології та охорони навколишнього середовища та активна громадянську позицію компанії щодо дбайливого ставлення до природних ресурсів.		
Інтерстарч Україна	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
Bayadera	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
«Щедро»	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
«Віктор і К»	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
Universal Fish Company	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
Ніжинський жиркомбінат	Наведені загальні тези в ПОЛІТИКА ПрАТ «Ніжинський жиркомбінат» у сфері екології. Конкретні цілі, завдання та строки не наведені в електронному ресурсі компанії.		
«Люстдорф»	Цілі сталого розвитку довкілля не зазначені на сайті компанії. Єдиний згадуванням про сталий розвиток довкілля може вважатися згадування про упаковку Тетра Пак, яка на 100% придатна для переробки.		
Mondelez Україна	Скорочення викидів CO ₂ e на 10% до 2025 року	Абсолютне скорочення водоспоживання на 10% на пріоритетних об'єктах до 2025 року	Скорочення харчових відходів на 15% на внутрішніх виробничих майданчиках до 2025 року 100% упаковки з можливістю до переробки до 2025 року
«Альбакор»	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі
КОМО	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі	Не знайдено в публічному просторі

Джерело: складено автором за матеріалами [6,7,8,9,10,11,12]

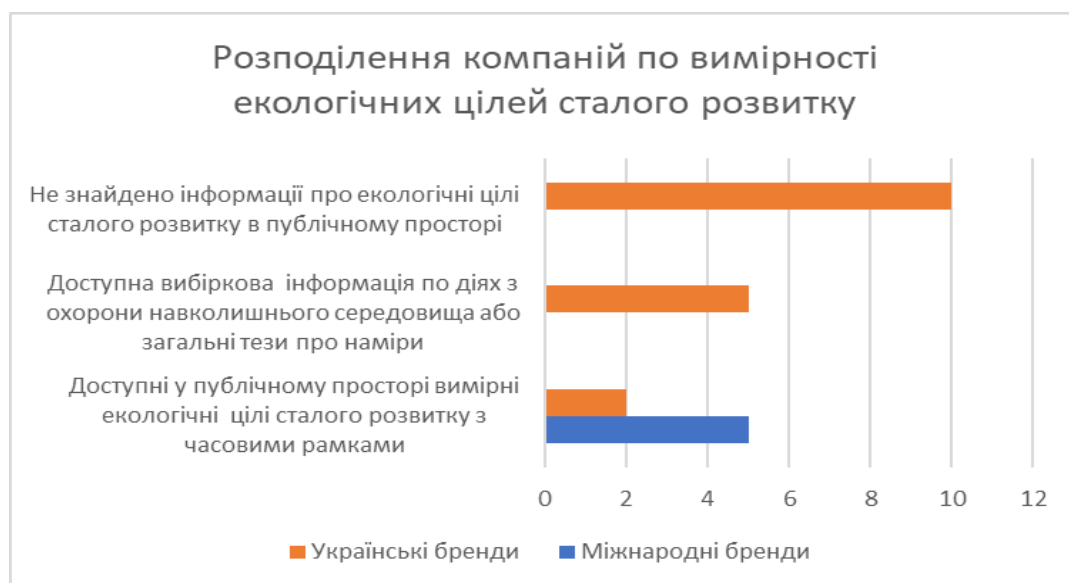


Рис. 1. Розподілення компаній по вимірності екологічних цілей сталого розвитку

Джерело: складено автором за матеріалами [6,7,8,9,10,11,12]

Невеликий відсоток локальних компаній харчової промисловості України (<10% із досліджених), що мають екологічні цілі сталого розвитку або представлені на біржах акцій Західних країн або є великими експортерами продукції.

З наведених даних можемо зробити висновки, що досліджені локальні компанії не зацікавлені в донесенні до свого споживача прогресу в екологічній сфері сталого розвитку або навіть і не ставлять перед собою цілі в цій сфері. Наявність міжнародного капіталу або експортоорієнтованість можливо позитивно впливає на екологічну відповідальність бізнесу в Україні і серед досліджених компаній частіше за все мають чіткі й вимірні цілі в зменшенні впливу на навколишнє середовище. Причинами незацікавленості локальних компаній харчової промисловості (серед досліджених) скоріше за все можна назвати відсутність такого запиту в суспільстві

України і як слідство відсутність конкурентної переваги, в той час, як міжнародний бізнес, що представлений в Україні, має чіткі вектори в цій сфері від своїх головних офісів, розташованих на Заході. Державним інституціям як і бізнесу слід звернути більше уваги з донесення до суспільства важливості дій у сфері охорони навколишнього середовища із встановленим вимірних цілей з часовими рамками, попри поточні бойові дії в Україні. Затягування з усвідомленням важливості екологічного аспекту сталого розвитку може призвести до втрати конкурентоспроможності товарів України на Західних ринках в середньостроковій і довгостроковій перспективі, якщо розглядати економічні фактори. Вагомість впливу такого відставання в формуванні суспільного запиту на екологічний аспект сталого розвитку на майбутній стан навколишнього середовища та соціальні аспекти навряд потребує обґрунтування.

Література:

1. Війна не змусила бізнес відмовитись від принципів сталого розвитку, – дослідження ЕВА - European Business Association. (б. д.). European Business Association. <https://eba.com.ua/vijna-ne-zmusyla-biznes-vidmovytys-vid-pryntsypiv-stalogo-rozvytku-doslidzhennya-eva/> (дата звернення: 22.12.2023)
2. Карлін М. 2018. Проблеми й перспективи використання «зелених» фінансів територіальними громадами: світовий досвід та Україна. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 1, 13 (Квіт 2018), 148–157. DOI:<https://doi.org/10.29038/2411-4014-2018-01-148-157>.
3. Агропромисловий холдинг "Астарт-Київ". (б. д.) Ресурс: Стратегія декарбонізації. Режим доступу: https://astartaholding.com/wp-content/uploads/2023/11/decarb-strategy-public_ukr.pdf (дата звернення: 22.12.2023)
4. Круглова О., Олім В. (2021). Корпоративна соціальна відповідальність підприємств сфери харчування. Грааль науки, (9), 122-124. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.10.2021.16>
5. Маранчак, М. (2023, 22 листопада). 20 найбільших харчових компаній України. Виробники продуктів і напоїв збільшили виторг попри війну (іноземці страждають, але продовжують працювати в РФ) — Forbes.ua. Forbes.ua | Бізнес, мільяртери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. <https://t1p.de/2byqu>
6. Звіт зі створення спільних цінностей Nestle в Україні (2021-2022). Режим доступу: <https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2023-11/csv-report-2021-2022.pdf> (дата звернення 22.12.2023)
7. СОЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ (2017). Режим доступу: https://www.roshen.com/uploads/Roshen_AR-2018_FIN-preview-min.pdf (дата звернення 22.12.2023)
8. ПрАТ «ОБОЛОНЬ». Соціальна звітність. Режим доступу: <https://obolon.ua/ua/corporate-responsibility/social-reporting> (дата звернення 22.12.2023)
9. Carlsberg Ukraine. (б. д.). Carlsberg Ukraine. <https://carlsbergukraine.com/#v-dpov-dal-niy-rozvitok> (дата звернення 22.12.2023)
10. Home page (б. д.) <https://t1p.de/dhu55> (дата звернення 22.12.2023)
11. Про «Молочний альянс». (б. д.). Milkalliance. <https://milkalliance.com.ua/company/about-us/> (дата звернення 22.12.2023)
12. Сталий розвиток та добробут <https://www.mondelezinternational.com/Ukraine/Sustainability-and-Wellbeing/> (дата звернення 22.12.2023).