

ЕКОЛОГІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУР В ЄС

Анотація. У контексті врегулювання проблеми глобальної зміни клімату важливим недержавним актором є транснаціональні корпорації, а також компанії середнього та малого бізнесу. В статті екологічне регулювання європейських бізнес-структур розглядається на декількох рівнях: політичному, корпоративному та рівні проектів малого та середнього бізнесу. Наголошується на провідній ролі європейського та національних урядів у підтримці і стимулюванні впровадження екологічних проектів бізнес-структурами. Визначено, що найбільш поширеними інструментами, якими європейський та національні уряди стимулюють впровадження екологічних проектів бізнес-структурами у всіх державах-членах, є, зокрема, правила державних закупівель, обов'язкове розкриття КСВ-інформації та інформації щодо незаподіяння шкоди навколишньому середовищу, обов'язкове для міжнародних корпорацій імплементація в свої КСВ-практики проекти із захисту навколишнього середовища тощо. Європейські бізнес-структури свою участь у подоланні глобальних кліматичних проблем реалізують через програми корпоративної соціальної відповідальності, оскільки однією з причин впровадження екологічних КСВ проектів в Європейському Союзі є політичний імператив. Показано, що для європейських підприємств малого та середнього бізнесу ефективними інструментами стимулювання впровадження ними екологічних проектів є відповідне екологічне маркування продукції, національні та міжнародні

* кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародних медіакомунікацій і комунікативних технологій
Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

¹ кандидат політичних наук, регіональний директор, комунікаційна компанія Noblet Media CIS

нагороди та обмін досвідом та успішними екологічними практиками. Зроблено висновок, що сьогодні екологічно свідоме поведінка європейських корпорацій та невеликих бізнес-структур розглядається як невід'ємний компонент успішності їх діяльності.

Ключові слова: глобальна зміна клімату, КСВ-політики, ЄС, екологічне інформування.

Annotation. *In the context of global climate change, multinational corporations as well as small and medium-sized businesses are important non-governmental actors. The article deals with the environmental regulation of European business at several levels: the political, corporate and the level of small and medium-sized business projects. It's emphasized on the leading role of European and national governments in supporting and promoting the implementation of environmental projects by business entities. It is determined that the most common tools by which European and national governments encourage the implementation of environmental projects by business entities in all Member States are, in particular, public procurement rules, mandatory disclosure of CSR-information and information on environmentally-friendly practice, obligatory implementation in the CSR-practice of international corporations of environmental protection projects, etc. European business structures are contributing to global climate change resolving through corporate social responsibility programs, because one of the reasons for implementing CSR projects in the European Union is the political imperative. It has been shown that for small and medium-sized European enterprises, effective environmental labeling, national and international awards and exchange of experience and successful environmental practices are effective tools for promoting their environmental projects. It is concluded that today the environmentally conscious behavior of European corporations and small business structures is regarded as an integral component of the success of their activities.*

Keywords: *global climate change, CSR policy, EU, environmental awareness.*

Аннотация. *В контексте урегулирования проблемы глобального изменения климата важным негосударственным актором являются транснациональные корпорации, а также компании среднего и малого бизнеса. В статье экологическое регулирование европейского бизнеса рассматривается на нескольких уровнях: политическом, корпоративном и уровне проектов малого и среднего бизнеса. Отмечается ведущая роль европейского и национальных правительств в поддержке и стимулировании внедрения экологических проектов бизнес-структурами. Определено, что наиболее распространенными инструментами, которыми европейское и национальные правительства стимулируют внедрение экологических проектов бизнес-структурами во всех государствах-членах, является, в частности, правила государственных закупок, обязательное раскрытие КСО информации и информации о непричинении вреда окружающей среде, обязательное для международных корпораций имплементирование в свои КСО-практики проектов по защите окружающей среды и тому подобное. Европейские бизнес-структуры свое участие в преодолении глобальных климатических проблем реализуют через программы корпоративной социальной ответственности, поскольку одной из причин внедрения экологических КСО проектов в Европейском Союзе является политический императив. Показано, что для европейских предприятий малого и среднего бизнеса эффективными инструментами стимулирования внедрения ими экологических проектов является соответствующее экологическая маркировка продукции, национальные и международные награды, обмен опытом и успешными экологическими практиками. Сделан вывод, что сегодня экологически сознательное поведение европейских корпораций и*

небольших бизнес-структур рассматривается как неотъемлемый компонент успешности их деятельности.

***Ключевые слова:** глобальное изменение климата, КСО-политики, ЕС, экологическое информирование.*

Постановка проблеми. Генеральний секретар ООН Антоніу Гутерріш назвав проблему зміни клімату «головним питанням нашого часу, а його вирішення — поворотним моментом історії» [1]. На думку Генерального Секретаря ООН, вирішення глобальних кліматичних змін є сферою компетенції всіх зацікавлених сторін. Окремо можемо виділити корпорації, як таку зацікавлену сторону, яка з одного боку генерує більшу частину викидів парникових газів, що вкрай негативно відображається на кліматичному стані планети та є одним з факторів, що викликають глобальне потепління. З іншого боку, екологічна діяльність корпорацій, використання ними відновлюваних джерел енергії та інвестиції в сучасні технології, як показує практика, може вивести людство на новий якісно новий екологічно-дружній рівень розвитку. Ці ідеї підтримує лауреат Нобелівської премії Миру 2007 року, колишній Керівник Міжнародної групи експертів зі зміни клімату Раджендра К. Пачаурі, який зазначає, що корпорації є однією «найбільш рушійних сил, яка має вплив на реалізацію програм з адаптації та пом'якшення наслідків глобальної зміни клімату» [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення ризиків, що актуалізуються глобальними кліматичними змінами та ролі міжнародних корпорацій та невеликих європейських бізнес структур у їх подоланні відображені, зокрема, в програмних документах ЄС (Оновленій стратегії ЄС на 2011-2014 роки щодо КСВ (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility), Офіційному збірнику Єврокомісії з

питань державної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності в ЄС (National Public Policies in the European Union), Новій європейській стратегії економічного розвитку «Європа-2020» (Europe 2020), Повідомленні Комісії щодо побудови єдиного ринку зелених продуктів, сприяння кращій інформації про екологічні показники продуктів та організацій (Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: Building the Single Market for Green Products Facilitating better information on the environmental performance of products and organisations) тощо); нормативних документах країн-членів ЄС (Національних планах дій окремих країн-членів ЄС, якими встановлено законодавчі вимоги щодо впровадження КСВ-практик); аналітичних доповідях дослідницьких центрів («Центру кліматичних та енергетичних рішень» (Center for Climate and Energy Solutions); «Центру міжнародних кліматичних та екологічних досліджень» (Center for International Climate and Environmental Research, CICERO); Центру «Кліматичний ковчег» (Climate Ark); Гарвардського проекту з кліматичних угод (Harvard Project on Climate Agreements) та ін.). Ці документи визначають взаємозв'язок глобальних ризиків, спричинених кліматичними і некліматичними факторами, та роль європейського корпоративного сектору у їх подоланні.

Мета дослідження: визначити роль та показати ступінь впливу міжнародних корпорацій, європейських підприємств малого і середнього бізнесу у подоланні глобальної проблеми зміни клімату.

Основні результати дослідження. У контексті врегулювання проблеми глобальної зміни клімату важливим недержавним актором є транснаціональні корпорації, європейські компанії середнього та малого бізнесу. Свою участь у подоланні глобальних кліматичних проблем на національному та міжнародному рівні бізнес-структури реалізують через програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Сьогодні КСВ-проекти стають невід'ємною складовою стратегії розвитку та бізнес-моделі все більшої кількості бізнес-структур. Окрім підвищення уваги

громадськості та позитивного впливу на репутацію, причиною впровадження КСВ проектів в Європейському Союзі є політичний імператив. Так, Європейська Комісія у своєму Повідомленні про КСВ дала нове визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності як «відповідальності підприємств за їхній вплив на суспільство» [3], замість попереднього варіанту, коли КСВ визначалось як «підхід, при якому компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свою діяльність та взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами на добровільній основі». Тобто екологічно свідоме поведінка компаній стала розглядатися як невід’ємний компонент їх діяльності.

Європейська Комісія ще з початку 2000-х років активно підтримує розвиток КСВ і, зокрема, заохочує компанії впроваджувати екологічні проекти. Навесні 2011 року було видано офіційний збірник Єврокомісії з питань державної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності в ЄС, де були наведені кращі КСВ-практики країн ЄС. В документі наголошувалось на провідній ролі національних урядів у підтримці і стимулюванні впровадження екологічних проектів бізнес-структурами на основі державної політики [4], в той час як підприємства визначались як «агенти КСВ».

Після фінансової кризи 2008 року на думку європейських політиків, саме «соціально відповідальний бізнес мав сприяти відновленню довіри до ринку в посткризовому контексті» [3], тобто розвиток КСВ та його екологічна складова, підтримує реалізацію Стратегії Європи 2020 для розумного, сталого та інклюзивного зростання. Нова європейська політика з КСВ визначила порядок денний на 2011-2014 роки, які охоплювали вісім пріоритетних напрямків. У жовтні 2013 року Комісія оцінила прогрес у кожній галузі. Щоб підтримати розробку національної та субнаціональної політики з КСВ, держави-члени мали «розробити або оновити власні плани або національні переліки пріоритетних заходів для сприяння КСВ на підтримку стратегії «Європа-2020», з посиланням на визнання на

міжнародному рівні принципів та керівні принципів КСВ та у співпраці з підприємствами та іншими зацікавленими сторонами ...» [3].

Сьогодні ЄС стимулює впровадження екологічних проектів бізнес-структурами у всіх державах-членах шляхом імплементації різних інструментів. Так, Європарламент і Європейська Рада підтримали пропозицію Європейської Комісії щодо перегляду критеріїв державних закупівель. Згідно з цим документом запроваджуються нові положення щодо соціальних та екологічних критеріїв, а також доступ підприємств малого та середнього бізнесу до європейського ринку через державні закупівлі.

В Національних планах дій окремих країн-членів ЄС встановлено законодавчі вимоги щодо підтримки КСВ у процесі державних закупівель. Так, Уряд Швеції у 2020 році планує ввести новий податок на одноразові пластикові пакети [5], згідно з яким 3 крони (0,28 євро) складе податок на стандартний пакет і 0,3 крони (0,028 євро) на тонший. Покупка стандартного пакету обійдеться на суму до 7 крон (0,66 євро). Мета податку — змусити споживачів задуматися про альтернативу, а також досягти мети ЄС: максимум 40 пластикових пакетів на людину за рік.

В Австрії, Данії, Франції, Польщі, Швеції, Великобританії для заохочення стабільних державних закупівель застосовують не законодавчі інструменти, такі як плани дій та стратегії, а дії, спрямовані на заохочення до стабільних закупівель в рамках підготовки або замість розробки правових вимог. Наприклад, у Австрії був прийнятий план дій щодо обов'язкового врахування соціальних та екологічних критеріїв у сфері державних закупівель. Кілька європейських країн висунули ініціативи, які заохочують діалог між муніципалітетами або місцевими органами влади для інтенсифікації роботи щодо сталого державного замовлення. У Данії міські партнерства розробляють спільний підхід до закупівель, який допоможе забезпечити прозорість, а також забезпечить рівне поле для постачальників.

Прикладом інформування партнерів та поширення досвіду щодо впровадження екологічних КСВ-проектів через стратегії державних закупівель є фінський онлайн-проект «CSR Compass», однією із складових якого є надання інформації про переваги та успіхи стабільних закупівель, а також надання підтримки компаніям, особливо малим та середнім підприємствам, щоб їх діяльність відповідала політиці сталих закупівель, яка встановлюється і підтримується на рівні держави.

Держави-члени ЄС знаходяться на різних етапах роботи щодо сталого державного замовлення. Уряди країни, які вже мають досвід, наприклад, Данія, розробили для країн Балтії посібники для органів влади, для Румунії — керівні принципи та інформаційний веб-сайт. Фінляндія та Швеція крім онлайн-проекту «компас з КСВ» підготували покрокове керівництво зі сталих державних закупівель.

Для подальшої підтримки попиту за відповідальне споживання Комісія опублікувала заяву «Формування єдиного ринку зелених продуктів - Сприяння кращому інформуванню щодо екологічних показників продукції та організацій» [6], де, зокрема, зобов'язала використовувати загальні методи вимірювання та передачі екологічних показників життєвого циклу продукції та організацій державного і приватного секторів.

У 2012 році Єврокомісія прийняла рішення про обов'язкове розкриття інформації щодо КСВ для роздрібних інвестиційних проектів, яке було спрямоване на підвищення ринкової винагороди за соціально відповідальні інвестиції. Комісія також співфінансувала проект, спрямований на розбудову потенціалу щодо соціально та екологічно відповідального інвестування (прийнятий у лютому 2013 року). Крім того, всі топ-менеджери європейських транснаціональних корпорацій були запрошені підписати Принципи ООН щодо Відповідальних інвестицій (UN Principles for Responsible Investment, UNPRI).

Відповідно до Директиви Європейського Парламенту з 2014 року розкриття соціальної інформації і інформації про незаподіяння шкоди навколишньому середовищу є обов'язковим для європейських підприємств. Відкритість нефінансової звітності є обов'язковою як для великих, так і для середніх і малих підприємств, які працюють на ринку ЄС. На відміну від НДО, де не існує єдиних стандартів нефінансової звітності, європейська бізнес-практика базується на єдиній універсальній методології вимірювання та порівняння екологічних показників серед підприємств. Окремі положення щодо зобов'язань багатонаціональних підприємств імплементувати в свої КСВ-стратегії проекти із захисту навколишнього середовища містяться в Керівних принципах Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), які були вперше прийняті в 1976 році і оновлені в 2011 році.

В той же час, в кожній країні ЄС розвиток ініціатив з КСВ та врегулювання глобальних кліматичних змін формується низкою культурних, економічних, інституційних та політичних факторів, які визначають пріоритети країни та кожного конкретного підприємства. Загальними пріоритетами політики корпоративної соціальної відповідальності європейських підприємств в контексті врегулювання глобальних змін клімату, враховуючи спільні загальноєвропейські цілі та завдання, можна визначити наступні: інтеграція, обмін або формування спільних глобальних підходів до кліматичних проектів в рамках національних політик та із урахуванням транснаціональних стандартів; відповідальне управління, що автоматично зобов'язує підприємства бути екологічно свідомими; обов'язкова звітність про КСВ-діяльність і ненанесення шкоди оточуючому середовищу; підвищення обізнаності зацікавлених сторін про кліматично-дружні дії шляхом проведення інформаційних та просвітницьких кампаній, що стимулює розвиток екологічних комунікацій та співпрацю із університетами і розробку нових

навчальних курсів; дотримання принципу «стійкості» при здійсненні державних закупівель тощо.

Якщо брати світову і передову європейську практику, то більшість кліматичних проектів великих корпорацій пов'язані із переходом на відновлювальні джерела енергії. Це підтверджують слова Генерального Секретаря ООН Антоніу Гутерріша, який зазначив, що «понад 130 найбільш впливових компаній в світі взяли на себе зобов'язання повністю перейти на відновлювані джерела енергії; 18 транснаціональних корпорацій зобов'язалися використовувати виключно електромобілі; а країни, економіка яких тісно пов'язана з викопним паливом, прагнуть її диверсифікувати» [7].

Сьогодні вже є успішні приклади реалізації кліматично-дружніх проектів по всьому світу великими корпораціями. Так, метою компанії Google є перехід на 100% використання відновлювальних джерел енергії для проведення своїх глобальних операцій з 2017 року. Компанія вже є лідером у сфері зеленої енергетики серед представників технологічної промисловості. На сьогодні вона має 20 проектів щодо відновлювальної енергії, що робить її найбільшим корпоративним споживачем [8]. Група «Lego» вже досягла 100% використання енергії з відновлюваних ресурсів. Тривалість цього проекту склала 4 роки та 6 мільярдів данських крон інвестицій у морську вітряну електростанцію. З 2012 року за підтримки Групи «Lego» було створено більше 160 мегават відновлюваної енергії. Сьогодні сумарне виробництво від інвестицій Групи «Lego» у відновлювану енергію перевищуватиме об'єми енергії, які споживають виробничі потужності, магазини та офіси «Lego» з усього світу [9]. Ще одним прикладом пом'якшення наслідків зміни клімату і переходу на незалежні джерела енергії є досвід швейцарської компанії «Umwelt Arena», яка в 2016 році ввела в експлуатацію енергетично незалежну житлову будівлю в комуні Брюттен кантону Цюрих. Будинок не підключений до енергомереж та газопостачання, адже конструкція сама забезпечує себе

теплом та електроенергією, повністю відповідає швейцарському стандарту енергоефективної будівлі [10]. Аналогічні проекти вже впроваджені в Норвегії, Швеції, Японії.

Відомо, що більш ніж 99% підприємств у Європі відносяться до малого і середнього бізнесу (МСБ), а дев'ять з 10 МСБ є мікропідприємствами, де працює менш ніж 10 співробітників. Такі підприємства надають два з трьох робочих місць у приватному секторі і вносять більше половини загальної вартості, що створюється підприємствами ЄС. Тому стійка та соціально відповідальна бізнес-практика європейських МСБ може мати значний потенційний вплив на суспільство, економіку та навколишнє середовище в тому числі і клімат Європи. В той же час існують певні бар'єри, що перешкоджають МСБ бути провідниками кліматично-відповідального бізнесу порівняно із великими компаніями. Серед таких перепон дослідники виділяють: слабку взаємодію із зацікавленими сторонами, відсутність розуміння КСВ або слабка фахова підготовка з КСВ; недостатнє фінансування КСВ-програм; відсутність ресурсів для реалізації КСВ-проектів та низький рівень інформування про впроваджені екологічні КСВ-практики. Проте, останнім часом багато європейських МСБ почали просуватися в напрямку реалізації кліматичних КСВ-програм, що стало для багатьох з них «унікальною торгівельною пропозицією». Швидкість адаптації малих та середніх підприємств до глобальних кліматичних викликів є значно вищою порівняно із великими компаніями, враховуючи їх меншу бюрократизованість, тому ефект від реалізації кліматичних проектів МСБ може бути помічений та / або зафіксований майже відразу.

В країнах-членах ЄС до МСБ не застосовуються деякі міжнародні рекомендації та принципи і деякі національні законодавчі вимоги, що з одного боку викликає проблеми щодо стимулювання дотримання цих найкращих практик без збільшення адміністративного чи іншого тягаря, а з іншого, на рівні ЄС були зроблені різні кроки для підвищення довіри та

видимості КСВ-практик в діяльності МСБ. Інформування з боку МСБ про свої успішні кліматичні та екологічні ініціативи заохочується на національних рівнях, оскільки багато МСБ усвідомлюють свою відповідальність перед місцевою громадою. Тому комунікації про КСВ-практики, обмін досвідом, ліквідація браку знань про вигоди для їхнього бізнесу також розглядаються як один з пріоритетів діяльності європейських підприємств.

Багато з європейських невеликих підприємств впроваджують кліматично-дружні проекти шляхом обміну знаннями із експертами та представниками великих підприємств. Однією з основних проблем цього підходу є невизначеність кількості МСБ, які можуть бути зацікавлені дізнатися про переваги кліматичних КСВ-програм. Наприклад, у Бельгії та Греції обмін досвідом та поширення передових практик серед представників малого та середнього бізнесу та крупних підприємств відбувається через місцеві бізнес-мережі, у Великій Британії — шляхом створення галузевих рад, які займаються питаннями КСВ. В країні також засновано торговельний портал «Бізнес для бізнесу» / «Бізнес для споживача», який дозволяє відповідальним МСП підписуватись і торгувати один з одним, а також комунікувати про свої успіхи із цільовими аудиторіями.

Споживчий попит є тим критерієм, що стимулює бізнес та підвищує обізнаність споживачів щодо КСВ-проектів, оскільки поінформованість дозволяє споживачам приймати відповідальні рішення про продукти та послуги. Стимулювати інтерес споживачів до організації, її брендів, продуктів та послуг крім КСВ-проектів можуть нагороди, які отримує компанія, інформація на етикетках, яка дозволяє споживачам робити вибір; розвиток діалогу та спілкування з місцевими громадами як стейкхолдерами компанії. Важливо також гарантувати, що те, що обіцяно етикеткою, може бути перевірено незалежними органами чи самостійно. Втрата довіри через надання недостовірної інформації може завдати значних

репутаційних і фінансових ризиків для організації. У відповідь на законодавчі норми, багато країн ЄС розробили нагороди за успішні КСВ-практики. Компанії нових країн-членів, які тільки починають імплементувати КСВ-практики, прагнуть змінити сприйняття до КСВ у суспільстві та бізнесі через проведення інформаційних кампаній та діалогу між основними стейкхолдерами.

Популярними інструментами, які підтверджують свідомий підхід компаній до соціальної відповідальності та високих екологічних стандартів виробництва та продукції є створення нагород або привернення уваги до відповідальної та стабільної практики ведення бізнесу шляхом маркування, оскільки у зростаючій глобальній економіці зусилля, спрямовані на створення регіональних або глобально визнаних маркувань і нагород і, відповідно, підвищення обізнаності, також є критично важливими. Цікавим прикладом у цій галузі є схема норвезької екомаркировки Nordic Swan Ecolabel. Ціль скандинавського проекту, створеного у 1989 році Радою міністрів Північних країн як добровільну схему екологічного маркування для північно-європейських країн Данії, Фінляндії, Ісландії, Норвегії та Швеції, – «полегшити споживачам вибір екологічно найкращих товарів та послуг» [11]. З іншого боку наявність даного маркування є сигналом для споживача, що компанія дотримується встановлених суворих екологічних вимог на всіх етапах життєвого циклу продукту, продукція відповідає встановленим вимогам щодо наявності хімічних речовин, а також, що компанія-виробник підтримує ідеї та створює умови для сталого розвитку. Сертифікацію Nordic Swan Ecolabel можна одержати на 60 різних груп товарів, що нараховують понад 200 різних видів продукції. В Європейському Союзі більше 25 тисяч різних продуктів вже продаються з екологічною маркою Nordic Swan в скандинавських країнах і їх кількість зростає, що підтверджує ефективність цього інструменту. Глобальна мережа Ecolabelling в 1994 році стала одним із засновників міжнародної

мережі ISO 14024 для екологічних міток типу 1, GEN та глобальної мережі екологічної марки.

Іншим популярним інструментом в Європейському Союзі є нагороди за найкращі КСВ-практики, що також стимулює обмін передовим досвідом у сфері екологічних та кліматичних КСВ-практик. Так, в Данії, Німеччині, Італії, Польщі, Словенії нагороди за найкращі КСВ-проекти можуть надаватися підприємствам, які добре працюють у сфері відповідальної ділової практики; в Латвії та Словенії відзначаються такі КСВ-напрями як «ефективне управління» та взаємодія із родинами як ключовими стейкхолдерами. В Ірландії окрім просування відповідального бізнесу, нагороджуються організації, дії яких спрямовані на пропагування відповідального споживання. У Литві дані про компанії, які мають статус «відповідальний бізнес» можна знайти у відкритих онлайн-базах даних.

Висновки. Отже, діяльність великих європейських корпорацій та МСБ щодо врегулювання глобальних кліматичних змін визначається, зокрема, низкою факторів: політичними рішеннями керівних органів ЄС, національних урядів, що носять імперативний характер для бізнес-структур (наприклад, прийняття національних планів дій, прийняття відповідного законодавства, зокрема такого, що зобов'язує всі бізнес-структури розкривати нефінансову інформацію, визначення критеріїв державних закупівель, зобов'язання ТНК імплементувати в свої КСВ-практики проекти із захисту навколишнього середовища тощо); розробленими політиками з корпоративної соціальної відповідальності із обов'язковою екологічною компонентою; заохоченням невеликих підприємств до дотримання екологічних стандартів впродовж всього життєвого циклу продукту (шляхом введення екологічного маркування та відповідних нагород). Важливою складовою діяльності європейських підприємств щодо подолання глобальних кліматичних змін є інформаційна складова та взаємодія із стейкхолдерами. Типовими практиками з обміну досвідом у трикутнику «влада – європейське бізнес-співтовариство –

споживачі» є поширення власного досвіду через участь у форумах, круглих столах, конференціях, розробка та використання он-лайн ресурсів, впровадження спільних проектів з партнерами, органами влади, НДО тощо.

Можна цілком погодитись із думкою Р.Пачаурі, який стверджує, що «корпорації цілком розуміють, що саме вони повинні змінити, але поштовхи до змін повинні надати уряди країн, які у співпраці з політичними партіями, мають підкреслювати, що зниження кількості викидів діоксиду вуглецю потрібно починати вже зараз» [2]. Таким чином, екологічно свідоме поведінка європейських корпорацій та невеликих бізнес-структур сьогодні розглядається як невід'ємний компонент успішності їх діяльності.

Список використаних джерел.

1. Саммит по мерам в области изменения климата, 23 сентября 2019 года [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.un.org/ru/climatechange/>.
2. Нобелевский лауреат: Чтобы спасти Землю, нужно отказаться от мяса, авто и одежды [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://fakty.com.ua/ru/lifestyle/20170911-nobelivskyj-laureat-aby-vryatuvaty-zemlyu-treba-vidmovytrysya-vid-m-yasa-avto-ta-odyagu/>.
3. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility – Brussels, 2011. – 681 с. (P.13)
4. Williamson N. Corporate Social Responsibility. National Public Policies in the European Union / N. Williamson, A. Stampe-Knippel, T. Weber. – Brussels: European Commission, 2014. – 104 с.
5. Уряд Швеції у 2020 році планує ввести новий податок на одноразові пластикові пакети [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

https://espresso.tv/news/2019/06/20/u_shveciyi_vvedut_podatok_na_plastyko_vi_pakety.

6. Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: Building the Single Market for Green Products Facilitating better information on the environmental performance of products and organisations – Brussels, 2013. – 196 с.
7. Глава ООН: изменение климата может выйти из-под контроля [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://news.un.org/ru/story/2018/09/1337551>.
8. Gayde W. Google set to reach 100% renewable energy by 2017 [Электронный ресурс] / W. Gayde. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.techspot.com/news/67300-google-set-reach-100-renewable-energy-2017.html>.
9. The LEGO Group reaches 100% renewable energy target three years ahead of schedule [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.lego.com/en-gb/aboutus/news-room/2017/may/100-percent-renewable-milestone>.
10. В Швейцарии начали заселять первый в мире энергонезависимый дом [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://building-tech.org/article/nedvizhimost/v-shvejcarii-nachali-zaselyat-pervyj-v-mire-energonezavisimyj-dom>.
11. The official ecolabel of the Nordic Countries [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.nordic-ecolabel.org/the-nordic-swan-ecolabel/>.