

ЭКОЛОГИЯ — ЭТО ТРЕНД: КОМПАНИИ НАЧИНАЮТ ЗАБОТИТЬСЯ ОБ ЭКОЛОГИИ

Экологический ущерб окружающей среде вызван увеличением масштабов хозяйственной деятельности крупных предприятий. Вместе с тем возросшая забота об окружающей среде, ставшая реакцией потребителей на экологический коллапс мировой экономики, заставила многих производителей откликнуться на запросы рынка, требующего экологически чистых товаров и услуг (ТиУ). Международные производители озаботились выстраиванием экологичных логистических цепочек, способов хранения и доставки ТиУ [1, с. 2–5].

Среди наиболее ярких примеров транснациональных компаний, которые заботятся об экологии, можно выделить компанию Netflix — стриминговый сервис, позволяющий смотреть фильмы, сериалы, аниме на устройствах с подключением к интернету [2].

Netflix 30 марта 2021 г. заявил о своих планах избавиться от углеродного следа к 2022 г. Нетривиальный для отслеживания углеродный след Netflix складывается из выбросов:

- генерируемых при производстве фильмов и сериалов под брендом компании, доля которых в общем следе составляет 50 %;
- относящихся к операционной деятельности — работе офиса, маркетинговым расходам и др., составляющих 45 % углеродных выбросов компании;
- формирующихся в процессе использования облачных технологий, через которые идет потоковая передача контента. Углеродный след одного часа онлайн-передачи видео на платформе Netflix составляет чуть меньше 100 г в CO₂-эквиваленте.

Планы компании по избавлению от проблемы выбросов звучат амбициозно, особенно с учетом того, что в 2020 г. углеродный след Netflix составил 1 млн т CO₂. Для выполнения поставленной цели Netflix планирует инвестировать в программы, направленные на восстановление экосистем; сократить свое участие в перелетах и переездах; осуществить переход на возобновляемые источники энергии [3].

Другой яркий пример экологически ориентированной компании — компания Nike, всемирно известный бренд и компания — производитель спортивной одежды и обуви из США.

Одним из экопроектов, запущенных компанией, является проект Reuse-A-Shoe, в рамках которого были открыты пункты по приему изношенных кроссовок. Собранную в ходе проекта обувь отправляли на переработку, создавая из нее мате-

риалы для беговых дорожек, теннисных кортов и баскетбольных площадок. Помимо проекта Reuse-A-Shoe, Nike запустил программу по созданию одежды из вторсырья. Компания перерабатывает собственные старые товары в новую одежду и спортивный инвентарь. Вся упаковка и коробки торговой марки также изготовлены из вторсырья [4].

В ряд экологически ориентированных компаний входит и Toyota — крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация. Toyota поддерживает принципы заботы об окружающей среде и стремится к созданию автомобилей с возможностью стопроцентной утилизации, безвредных для окружающей среды. Кроме того, компания производит и электромобили [5, 6].

Указанные компании стали экологически ориентированными по ряду причин: из-за политики стран (Toyota), выбора клиентов (Nike), международного прессинга (Netflix).

Таким образом, основываясь на примерах данных компаний, можно отметить, что ТНК заботятся об экологии, потому что на планете наблюдаются негативные изменения: вода в морях и океанах становится грязнее, климат меняется из-за выбросов в атмосферу, что приводит к природным катастрофам.

Источники

1. Косбей, А. Окружающая среда и торговля / А. Косбей, А. Хусейн. — Женева : Международный институт устойчивого развития, 2006. — 146 с.

2. Netflix [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.netflix.com/by-ru/>. — Дата доступа: 21.03.2021.

3. Netflix объявил о программе перехода к углеродной нейтральности [Электронный ресурс] // РБК Тренды. — Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/606313059a79479152c7a560>. — Дата доступа: 21.03.2021.

4. Nike взлетел на 540 % за 10 лет. Помогли топ-технологии и рекламный хайп [Электронный ресурс] // РБК Инвестиции. — Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/news/article/5f804f229a79471e633d53e5>. — Дата доступа: 25.03.2021.

5. Компания Toyota представила отчет об устойчивом развитии в Европе, отметив значение экологических технологий [Электронный ресурс] // Amserve Motors. — Режим доступа: <https://www.amservmotors.lv/toyota/ru/news/id/366>. — Дата доступа: 26.03.2021.

6. Toyota оказалась самым экологически чистым производителем в Европе [Электронный ресурс] // Автомобильные новости. — Режим доступа: <https://news.drom.ru/Toyota-73646.html>. — Дата доступа: 26.03.2021.