

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.01 – КР. 2270 “С” 2023.12.14. 040 ПЗ

КРИВЕНКО АНАСТАСІЇ ЮРІЇВНИ

2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Факультет аграрного менеджменту

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувача кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД**

Олена КОВТУН

(підпис)

" ____ " _____ 2024 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

«Екологічний менеджмент на підприємстві»

Спеціальність

073 «Менеджмент»

**Гарант освітньої програми
д.е.н., професор**

(підпис)

Віра БУТЕНКО

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
к.е.н, доцент**

(підпис)

Ольга Костюк

Виконав

(підпис)

Анастасія Кривенко

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту**

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В.о. завідувача кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД**
к.е.н., доц. _____ Олена КОВТУН
(підпис)
" ____ " _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

**на виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи студенту
Кривенко Анастасії Юріївни**

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Екологічний менеджмент на підприємстві»** затверджена наказом ректора НУБіП України від «14» грудня 2023 р. № 2270 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру _____ **2024.05.27**

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі акти, навчальна та наукова література, офіційні статистичні матеріали, звіти та оперативні матеріали, дані міжнародної статистики та публікації наукових установ _____

Перелік питань, які потрібно розробити:

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ
2. РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ L'ОССІТАНЕ
3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Перелік графічних документів: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання « 14 » _____ грудня _____ 2023 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

_____ Ольга Костюк

**Завдання прийняв до
виконання**

_____ Анастасія Кривенко

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	7
1.1 Основні поняття та визначення у сфері екологічного менеджменту.....	7
1.2 Елементи та системи екологічного менеджменту.....	11
1.3 Роль екологічного менеджменту на підприємстві	17
РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ L'ОССІТАНЕ.....	20
2.1 Загальна характеристика діяльності бренду.....	20
2.2 Дотримання екологічного менеджменту в L'ОССІТАНЕ	23
2.3 Аналіз результативності екологічної політики бренду.....	27
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ. 37	37
3.1 Потенційні напрямки розвитку екологічного менеджменту на підприємствах косметичних засобів.....	37
3.2 Інноваційні методи та підходи щодо розвитку екологічного менеджменту для бренду L'ОССІТАНЕ	41
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47

ВСТУП

В умовах глобалізації та швидкого технологічного прогресу, проблеми збереження довкілля та ефективного використання природних ресурсів набувають все більшої ваги. Забруднення навколишнього середовища, зменшення біорізноманіття та надмірне використання природних ресурсів вимагають від промислових підприємств вживання радикальних заходів для мінімізації їхнього екологічного сліду. Екологічний менеджмент, який включає стратегії зменшення впливу діяльності підприємств на природу, є не просто модною тенденцією, а життєво важливою необхідністю, що спрямована на оптимізацію використання ресурсів, зменшення відходів та забезпечення більш сталого виробництва.

З огляду на зростаючу увагу глобальної спільноти до питань кліматичних змін та сталого розвитку, компанії по всьому світу стикаються з необхідністю впровадження ефективних екологічних стратегій. Це стає особливо актуальним для країн з перехідною економікою, де традиційні підходи до промисловості часто не враховують екологічні стандарти, що призводить до підвищеного рівня екологічних загроз. У таких умовах, система екологічного менеджменту виступає як ключовий інструмент для досягнення економічної вигоди, екологічної безпеки та соціальної відповідальності.

Метою даної роботи є дослідження та аналіз системи екологічного менеджменту на прикладі компанії L'OCCITANE, оцінка її ефективності та можливостей для подальшого розвитку.

Об'єктом дослідження виступає французька косметична компанія L'OCCITANE, яка впроваджує принципи сталого розвитку у своїй діяльності.

Предметом є конкретні методи та практики екологічного менеджменту, що застосовуються в L'OCCITANE.

Завдання:

1. Визначити основні поняття у сфері екологічного менеджменту
2. Дослідити елементи та системи екологічного менеджменту
3. Виявити ролі екологічного менеджменту на підприємстві

4. Дослідити загальну характеристику діяльності бренду
5. Визначити дотримання екологічного менеджменту на підприємстві
6. Аналіз результативності екологічної політики бренду
7. Виявити потенційних напрямків розвитку екологічного менеджменту на підприємстві косметичних засобів
8. Розробити інноваційні методи та підходи щодо розвитку екологічного менеджменту для бренду L'OCCITANE

Впровадження ефективних систем екологічного менеджменту сприяє не тільки зниженню негативного впливу на навколишнє середовище, але й підвищує конкурентоспроможність компаній на міжнародному рівні, покращує їхній імідж і відкриває доступ до нових ринків і інвестицій. Особлива увага в цьому контексті приділяється відповідності міжнародним стандартам та нормам, що є одним з критеріїв успіху в умовах глобальної інтеграції економік.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Основні поняття та визначення у сфері екологічного менеджменту

Екологічний менеджмент — це систематичний підхід до управління впливом діяльності організації на довкілля. Він включає планування, впровадження, контроль та поліпшення екологічної діяльності. З початку 1970-х років, коли екологічний менеджмент отримав своє офіційне визнання, він зазнав значних змін і розвитку, ставши не просто модним трендом, а необхідною умовою для сталого розвитку суспільства та збереження природних ресурсів. Основна мета екологічного менеджменту полягає в створенні та підтриманні умов, за яких суспільство та природа можуть співіснувати в гармонії, забезпечуючи сучасним та майбутнім поколінням якісне навколишнє середовище та достатні природні ресурси для задоволення їх потреб.

З тих пір ця практика перетворилася на обов'язковий елемент політики як для державних урядів, так і для приватних організацій. Екологічний менеджмент охоплює широкий спектр діяльності, від моніторингу та зменшення викидів шкідливих речовин до раціонального використання природних ресурсів і забезпечення збереження біорізноманіття [2].

Однією з ключових переваг екологічного менеджменту є його здатність сприяти переходу суспільства на шлях сталого розвитку, де економічне зростання відбувається без шкоди для навколишнього середовища. Це вимагає інтеграції екологічних принципів у всіх аспектах ведення бізнесу та державного управління, а також розуміння того, що екологічна відповідальність є не лише моральним обов'язком, а й економічною необхідністю.

Професіоналізація у галузі екологічного менеджменту стала ще однією важливою тенденцією, яка засвідчує серйозність і важливість цієї сфери. Люди по всьому світу отримують спеціалізовану освіту та професійні кваліфікації для того, щоб забезпечити ефективне впровадження та управління екологічними програмами та ініціативами. Це не лише збільшує обізнаність громадськості про

екологічні питання, але й підвищує рівень відповідальності і професіоналізму в цій важливій області.

Екологічний менеджмент спрямований на досягнення кількох ключових цілей, серед яких особливе місце займають запобігання забрудненню, оптимізація використання ресурсів, підвищення екологічної обізнаності та відповідальності, а також вдосконалення екологічної ефективності. Ці цілі є взаємопов'язаними та спрямованими на створення стійкої моделі ведення бізнесу, яка б забезпечувала зниження негативного впливу на довкілля[22].



Рис 1.1 Основні цілі екологічного менеджменту

Джерело: Сформовано автором на основі джерела[29]

Запобігання забрудненню передбачає комплекс заходів для мінімізації викидів шкідливих речовин в атмосферу, обмеження скидів у водні об'єкти та скорочення кількості відходів. Це може бути досягнуто через впровадження чистіших виробничих технологій, застосування заміників шкідливих матеріалів та підвищення ефективності використання ресурсів. Такий підхід не тільки зменшує екологічний відбиток організації, але й часто призводить до економії коштів завдяки зниженню витрат на сировину та утилізацію відходів.

Оптимізація використання ресурсів є ще однією важливою метою, яка передбачає ефективне використання природних ресурсів, таких як вода, енергія та сировина. Це означає впровадження заходів щодо зниження витрат ресурсів на одиницю продукції, перехід на альтернативні джерела енергії та підвищення загальної енергоефективності процесів. Такий підхід не лише сприяє збереженню природних ресурсів, але й забезпечує довгострокову економічну вигоду для організації.

Підвищення екологічної обізнаності та відповідальності включає залучення співробітників та зацікавлених сторін до екологічних ініціатив та розуміння важливості екологічно відповідальної поведінки. Це може бути досягнуто через навчання, інформаційні кампанії та стимулювання участі у програмах екологічної стійкості. Такий підхід не тільки підвищує загальний рівень екологічної культури в суспільстві, але й сприяє формуванню позитивної екологічної репутації організації.

Нарешті, **вдосконалення екологічної ефективності** передбачає неперервне поліпшення в усіх аспектах екологічної діяльності організації, включаючи впровадження інновацій та застосування найкращих доступних технологій. Це дозволяє організаціям не тільки зменшити свій вплив на довкілля, але й покращити загальну продуктивність та конкурентоспроможність.

Загалом, кожна з цих цілей вимагає від організацій відповідального підходу та готовності до інвестицій у майбутнє, як своє, так і всієї планети.

Принципи екологічного менеджменту формують фундаментальну основу, на якій побудована вся система сталого розвитку організацій. Вони спрямовані на забезпечення гармонії між діяльністю людини та збереженням природного середовища.



Рис 1.2 Основні принципи екологічного менеджменту

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [2]

Принцип сталого розвитку закликає до відповідального ставлення до використання природних ресурсів, враховуючи не тільки потреби сьогодення, але й забезпечуючи можливості для майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Це означає, що під час планування будь-яких проектів чи виробничих процесів необхідно враховувати їх довгостроковий вплив на екологію, економіку та суспільство. Такий підхід вимагає від компаній інвестувати у розвиток екологічно чистих технологій, ефективного використання ресурсів та мінімізацію відходів.

Принцип запобігання забрудненню виходить з того, що значно ефективніше та економічно вигідніше запобігати виникненню забруднення, ніж усувати його наслідки. Впровадження цього принципу може включати розробку та застосування нових, менш забруднюючих технологій, використання екологічно безпечних матеріалів та підвищення ефективності процесів з мінімальним впливом на довкілля. Це також стосується ретельного моніторингу викидів і відходів, а також розробки стратегій їх зменшення.

Принцип інтегрованого підходу підкреслює необхідність врахування екологічних аспектів у всіх ланках управління організацією - від вищого керівництва до кожного окремого співробітника. Це означає, що екологічні цілі мають бути інтегровані в загальну стратегію розвитку компанії, а рішення приймаються з урахуванням їх потенційного впливу на довкілля. Такий інтегрований підхід допомагає організаціям бути більш гнучкими у відповіді на зміни екологічного законодавства та споживчих очікувань.

Принцип участі громадськості визнає важливість активного залучення не тільки співробітників, але й клієнтів, партнерів, та місцевих громад до вирішення екологічних питань. Відкритий діалог і співпраця з усіма зацікавленими сторонами можуть значно покращити ефективність екологічних ініціатив та забезпечити ширшу підтримку екологічних цілей. Це також сприяє підвищенню обізнаності та відповідальності громадськості у питаннях збереження навколишнього середовища.

Комбіноване застосування цих принципів дозволяє організаціям рухатися шляхом сталого розвитку, забезпечуючи зниження негативного впливу на довкілля, підвищення ефективності та зміцнення своєї соціальної відповідальності.

1.2 Елементи та системи екологічного менеджменту

Підприємство будь-якого типу взаємодіє із зовнішнім середовищем. Ця взаємодія головним чином стосується споживання енергії, сировини та утворення відходів. Тому системи екологічного менеджменту є критично важливими інструментами для організацій, що прагнуть оптимізувати свій вплив на довкілля та підвищити свою екологічну відповідальність. Вони включають в себе ряд елементів та процедур, спрямованих на встановлення, впровадження, виконання, оцінку та підтримку ефективної політики у сфері довкілля[3].

Еталонними стандартами для систем управління навколишнім середовищем є:

- ISO 14001:2015 (міжнародний стандарт);
- Регламент (ЄС) № 1221/2009 – EMAS (Європейський стандарт).

Стандарт ISO 14001 визначає вимоги до системи управління навколишнім середовищем, які організація може використовувати для розвитку своєї екологічної ефективності. Стандарт призначений для організацій, які бажають систематично керувати своїми екологічними обов'язками. Крім того, даний стандарт може застосовуватись для будь-якої організації[17].

ISO 14001 враховує такі принципи системи екологічного менеджменту:

- Екологічна політика: відповідає декларації про наміри, яка надихає компанію щодо її загальної екологічної ефективності. Екологічна політика забезпечує орієнтир для діяльності та для визначення цілей у сфері навколишнього середовища;
- Планування: передбачає етапи визначення екологічних аспектів (елементів діяльності організації, продуктів або послуг, які мають або можуть мати вплив на навколишнє середовище), визначення значущих екологічних аспектів (які мають або можуть мати значний вплив на навколишнє середовище) та екологічні норми, що застосовуються до цих екологічних аспектів. У плануванні необхідно визначити обов'язки для кожної функції та визначити засоби та час для досягнення цілей;
- Впровадження та функціонування: передбачає визначення організаційної структури СЕМ, відповідальності та завдань у сфері навколишнього середовища, підготовку персоналу, визначення внутрішніх або зовнішніх каналів зв'язку, розробку та контроль документації, оперативний контроль діяльності, що зумовлює значний вплив на навколишнє середовище та підготовка до реагування на надзвичайні ситуації;
- Контроль і коригувальні дії: забезпечують вимірювання екологічних аспектів, виявлення невідповідностей, здійснення коригувальних і запобіжних заходів і перевірку їх ефективності, запис

екологічної інформації та даних, аудити СЕМ та повідомлення результатів керівництву;

- Аналіз керівництва: передбачає перегляд СЕМ, щоб переконатися, що він продовжує бути відповідним та ефективним. Під час перевірки може виникнути необхідність переглянути та змінити екологічну політику, цілі та інші елементи системи управління навколишнім середовищем, щоб запровадити процес постійного вдосконалення;
- Постійне вдосконалення: передбачає досягнення покращення екологічних показників компанії відповідно до екологічної політики.

Таблиця 1.1

Принципи ISO 14001

Принцип	Сутність принципу
Зобов'язання й політика	Організація має визначити свою екологічну політику й забезпечити виконання зобов'язань по відношенню до функціонування системи екологічного менеджменту (EMS)
Планування	Організація має розробити план (програму) досягнення цілей і виконання завдань екологічної політики
Впровадження	Для ефективної реалізації екологічної програми організація має визначити й відшукати можливості й механізми, необхідні для досягнення цілей і виконання завдань екологічної політики
Вимірювання та оцінювання	Організація має забезпечити необхідну оцінку, моніторинг і вимірювання екологічних показників своєї діяльності. У цьому сенсі систему екологічного менеджменту варто розглядати як організуючу структуру, що має знаходитися під постійним спостереженням
Аналіз і вдосконалення	Організація має перевіряти й постійно поліпшувати свою систему екологічного менеджменту

Джерело: [10]

Регламент EMAS є добровільним інструментом екологічного менеджменту для всіх типів організацій, які бажають оцінювати, звітувати та покращувати свою екологічну ефективність. Регламент EMAS має важливе значення для сприяння постійному покращенню екологічної ефективності організацій шляхом створення та застосування систем управління навколишнім середовищем, систематичної, об'єктивної та періодичної оцінки ефективності

цих систем, надання інформації щодо екологічної ефективності, відкритого діалогу з громадськістю та іншими зацікавленими сторонами і, нарешті, активне залучення та відповідне навчання персоналу відповідними організаціями[21].

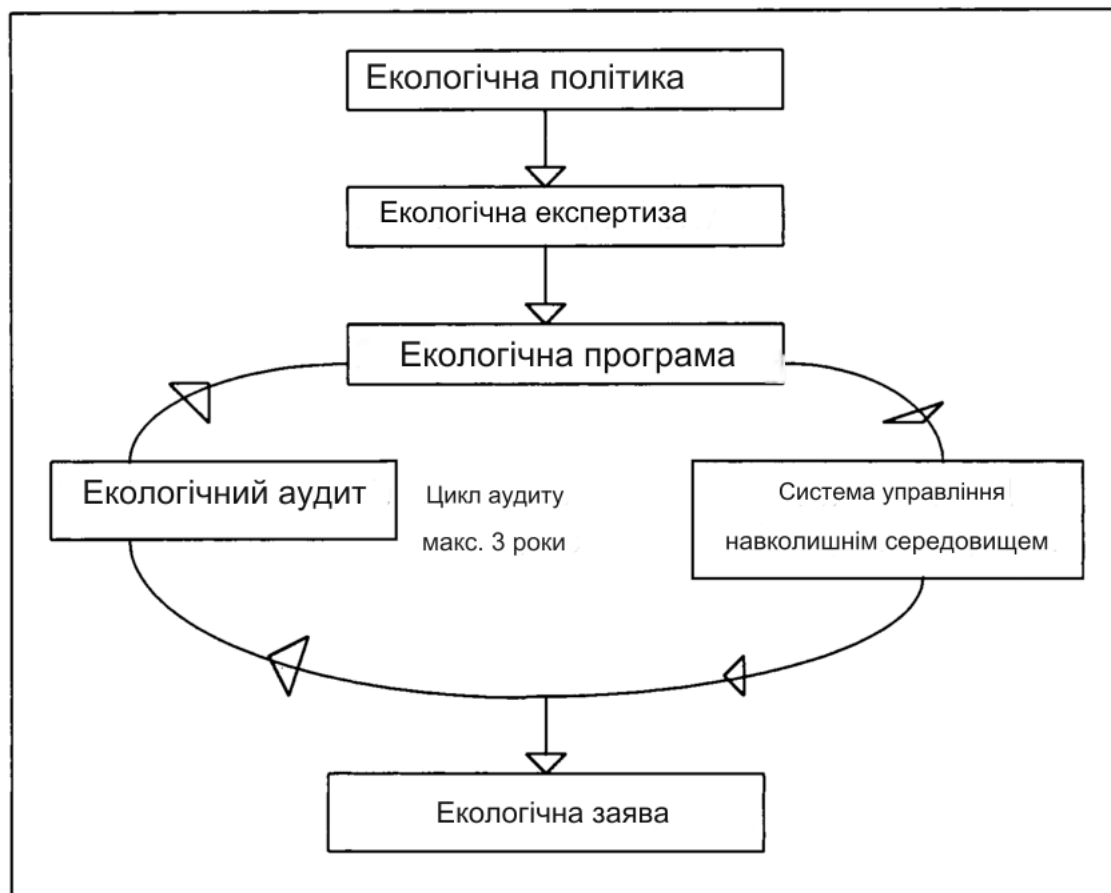


Рис 1.3 Модель системи екологічного менеджменту і аудиту підприємства
Джерело: [26]

Він включає 7 вкладень:

Додаток I – Аналіз навколишнього середовища: додаток містить визначення нормативних зобов'язань, що застосовуються до навколишнього середовища, усіх прямих і непрямих екологічних аспектів, які мають значний вплив на навколишнє середовище, опис критеріїв для оцінки значущості впливу на навколишнє середовище;

Додаток II - Вимоги до системи управління навколишнім середовищем: встановлює, що система управління навколишнім середовищем має бути впроваджена відповідно до розділів 4-10 стандарту ISO 14001:2015;

Додаток III – Внутрішній екологічний аудит: програма аудиту гарантує, що керівництво організації має інформацію, необхідну для вивчення екологічних показників організації та ефективності системи екологічного менеджменту, і здатне продемонструвати, що всі ці аспекти знаходяться під контролем. Аудит або цикл аудиту, що охоплює всю діяльність організації, завершується, відповідно, з інтервалами, що не перевищують трьох років. Аудиторська діяльність включає опитування персоналу щодо екологічних показників, перевірки умов експлуатації та обладнання, а також перевірку записів, письмових процедур та інших відповідних документів.

Додаток IV – Екологічна комунікація: передбачає, що екологічна інформація передається чітко. У зв'язку з цим до «Екологічної декларації» має бути включена така інформація: чіткий і недвозначний опис організації, яка подає заявку на реєстрацію в EMAS, і короткий виклад її діяльності, продуктів і послуг; в екологічній політиці організації та короткий опис її системи екологічного менеджменту; опис усіх значущих прямих і непрямих екологічних аспектів, які визначають суттєвий вплив організації на навколишнє середовище, і пояснення характеру впливу, пов'язаного з цими аспектами; опис екологічних цілей і завдань щодо значущих екологічних аспектів і впливів; короткий виклад доступних даних щодо ефективності організації щодо її екологічних цілей і цілей щодо її значного впливу на навколишнє середовище; інші фактори, що стосуються екологічної ефективності, включаючи ефективність проти законодавчих вимог щодо значного впливу на навколишнє середовище; посилення на застосовні регулятивні зобов'язання щодо навколишнього середовища; назву та номер акредитації або ліцензії екологічного верифікатора та дату підтвердження;

Додаток V - Логотип EMAS;

Додаток VI - Інформація для реєстрації: передбачає введення даних, що стосуються організації, місця та екологічного верифікатора;

Додаток VII - Декларація екологічного верифікатора щодо діяльності.

Два еталонних стандарти дуже схожі один на одного, але мають деякі відмінності.

Таблиця 1.2

Відмінності між екологічними стандартами

Критерій	ISO 14001	EMAS
Географічний охоплення	Міжнародний стандарт	Європейський регламент
Періодичність аудиту	Не встановлена	Максимум 3 роки
Зобов'язання щодо поліпшення	Необов'язкове зобов'язання	Серйозне зобов'язання для поліпшення
Зовнішнє спілкування	Не зобов'язує компанії зв'язуватися	Вимагає активного зовнішнього спілкування
Залучення персоналу	Лише навчання персоналу	Активна участь працівників
Доступність екологічної політики	Політика має бути доступною для громадськості	Публікація «Екологічної декларації»
Спілкування з громадськістю	Не передбачено	Положення передбачає передачу інформації громадськості
Загальні переваги	Зменшення енергоспоживання і витрат на управління відходами, підвищення іміджу компанії	Підвищення довіри та прозорості, покращення відносин з зацікавленими сторонами

Джерело: сформовано автором на основі [20]

По-перше, стандарт ISO 14001 є міжнародним стандартом, тоді як EMAS є європейським.

Для регламенту EMAS передбачається періодичність аудиту максимум 3 роки, і існує серйозне обмеження для постійного вдосконалення ефективності. У випадку стандарту ISO періодичність аудиту не встановлена, і існує необов'язкове зобов'язання щодо постійного вдосконалення.

Ще одна важлива відмінність полягає в тому, що стандарт ISO не зобов'язує компаній-членів зв'язуватися із зовнішнім світом, а це вимагається від компаній, які беруть участь у регламенті EMAS. Крім того, останній передбачає активну участь працівників, тоді як стандарт ISO передбачає лише навчання персоналу.

Нарешті, стандарт ISO вимагає, щоб екологічна політика компанії, яка складається із загальних вказівок щодо навколишнього середовища, була

доступною для громадськості; В той час, положення EMAS передбачає передачу громадськості екологічної інформації, необхідної для розуміння екологічних наслідків діяльності через «Екологічну декларацію», яка дозволяє встановити відкритий діалог із зовнішнім світом.

Переваги для компаній, які інвестують у системи управління навколишнім середовищем. Тому зрозуміло, що регламент EMAS вимагає більшого залучення персоналу та більш ретельного спілкування всередині компанії та ззовні.

Отже, EMAS часто більше підходить, коли компанія хоче продемонструвати державним організаціям свою турботу про навколишнє середовище, і особливо корисна для тих, хто має проблеми з консенсусом або відносинами з громадськістю. В обох випадках інвестиції в системи управління навколишнім середовищем все ще пропонують важливі переваги для компаній.

Крім підвищення довіри та прозорості в компанії, EMAS також допомагають зміцнити відносини з різними зацікавленими сторонами, включаючи громадян і державну адміністрацію.

Системи управління навколишнім середовищем також пропонують конкурентні та економічні переваги, оскільки вони дають змогу зменшити витрати, пов'язані з енергоспоживанням або управлінням відходами, і підвищити імідж компанії, забезпечуючи позитивну економічну віддачу від зроблених інвестицій.

З цих причин поглиблене знання двох стандартів є важливим для оцінки найкращого та найбільш прийняттого вибору для потреб вашого бізнесу.

1.3 Роль екологічного менеджменту на підприємстві

Роль екологічного менеджменту в сучасному підприємстві неможливо переоцінити. Управління впливом діяльності компанії на довкілля є важливим не тільки з точки зору виконання законодавчих вимог і норм, але й як ключовий компонент корпоративної відповідальності та сталого розвитку.

Екологічний менеджмент виявляється через стратегії та практики, які ведуть до зниження негативного впливу компаній на природу. Він включає в себе

комплексні дії, спрямовані на оптимізацію використання ресурсів, зниження викидів шкідливих речовин, мінімізацію відходів та підвищення ефективності процесів. Однак, це не просто про екологічну ефективність; це ще й про створення культури сталого розвитку в середині компанії, де кожен працівник усвідомлює важливість своєї ролі у збереженні довкілля[5].

Екологічний менеджмент також грає важливу роль у підтримці позитивного іміджу компанії. Споживачі сьогодні більш обізнані та вимогливі до екологічних стандартів продукції та практик компаній. Підприємства, які активно займаються екологічними ініціативами, можуть розраховувати на зростання лояльності клієнтів та створення конкурентних переваг.

Не в останню чергу, екологічний менеджмент є ключовим для досягнення сталого розвитку. Це означає те, що бізнес повинен вестися таким чином, щоб забезпечити потреби сучасного світу, не шкодячи можливостям майбутніх поколінь задовольняти свої. Така довгострокова перспектива вимагає від компаній розуміння та передбачення екологічних тенденцій і відповідне адаптування їх бізнес-стратегій[1].

Ось деякі переваги, які може мати компанія, що використовує екологічний менеджмент:

- **Покращення публічного іміджу:** управління своїми екологічними обов'язками показує світові ваші зобов'язання. Це фантастично для вашого публічного іміджу. Це також відрізняє вас від ваших конкурентів. Ви можете зробити екологічний менеджмент центральною функцією свого бізнесу та використовувати, як перевагу в межах пропозицій для клієнтів.
- **Зменшення експлуатаційних витрат:** для початку ви можете зменшити витрати на такі речі, як енергія та вода, керуючи споживанням та знижуючи щомісячні рахунки. Ви можете допомогти керувати експлуатаційними витратами за рахунок зменшення відходів та просування переробки у вашій організації. Прості, невеликі зміни можуть мати значний вплив. Наприклад, ви можете обмежити друкований матеріал для скорочення витрат та зменшення відходів паперу.

- **Надання переваг від держави:** Прийняття державних ініціатив, які стимулюють бізнес, такі як податкові пільги. Не забувайте про гроші, які ви заощадите, залишаючись повністю відповідними екологічним законам. Уряди все більше обирають вишуканий бізнес, який не порушує екологічні норми. Ці штрафи - це непотрібні витрати. Екологічне управління також допоможе вам залишатися на крок попереду будь-яких нових законів, які уряд вводить у майбутньому.
- **Підвищення ефективності бізнесу:** Управління навколишнім середовищем також має ще один позитивний побічний вплив на ваш бізнес. Він чудово підходить для ефективності. Скорочення ресурсів та мінімізація відходів допомагає вам залишатися конкурентоспроможними. І це допоможе вам витримати будь-яку майбутню хвилю конкурентів.
- **Оцінка впливу на навколишнє середовище вашого бізнесу** також дає можливість переглянути свої процеси в кінці. У вас є можливість помітити вдосконалення. Ця вправа надзвичайно корисна для будь-якого бізнесу. Це шанс побачити, чи ефективно ви працюєте.
- **Ви можете отримати доступ до нових ринків та клієнтів:** Наявність екологічності бренду як стійкого бізнесу відкриє вашу компанію для нових можливостей. Це може означати більше унікальних ринків, інноваційних продуктів або нову кількість клієнтів. Нова екологічна політика допоможе вам виділитися. Ви будете виглядати виграно над іншими відомими підприємствами у своїй галузі. Та привернете увагу клієнтів, які ставлять в пріоритет екологічність у своєму списку пріоритетів при купівлі продукції та послуг.

Отже, екологічний менеджмент відіграє критичну роль в сучасному бізнес-середовищі, оскільки він є відправною точкою для забезпечення збалансованого використання природних ресурсів, зниження екологічного відбитку компаній, і в той же час сприяє підтриманню їхньої конкурентоспроможності і репутації.

РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ L'ОССІТАНЕ

2.1 Загальна характеристика діяльності бренду

Бренд L'ОССІТАНЕ почав свій шлях у 1976 році у Провансі, Франція, коли його засновник Олів'є Боссан відкрив першу лавку з продажу ефірних олій. З самого початку, Боссан зосередився на використанні натуральних інгредієнтів з Провансу і на створенні високоякісної косметики. Популярність бренду зростає завдяки його автентичності, використанню традиційних методів виробництва та зобов'язанню зберігати культурну спадщину регіону.

У 1980-х роках L'ОССІТАНЕ розпочав своє глобальне розширення, відкриваючи магазини за межами Франції. Із відкриттям бутиків у Брюсселі та Нью-Йорку, бренд вийшов на міжнародний рівень. У 1990-х роках компанія вже мала магазини в десятках країн по всьому світу і продовжувала розширюватись, прагнучи стати визнаним глобальним лідером у секторі екологічної косметики.

У XXI столітті L'ОССІТАНЕ продовжив підкорювати світовий ринок, акцентуючи увагу на сталому розвитку і корпоративній відповідальності. За цей період бренд став синонімом якісних продуктів, які виробляються з повагою до природи і людей. Ініціативи, такі як використання екологічних упаковок, відмова від тестування на тваринах та підтримка місцевих фермерів, допомогли зміцнити репутацію L'ОССІТАНЕ як бренду, що прагне до позитивного впливу на суспільство і навколишнє середовище.

Філософія L'ОССІТАНЕ глибоко вкорінена в традиціях і культурі Провансу, де природа вважається джерелом краси та здоров'я. Місія бренду — передавати ці секрети через високоякісну косметику, виготовлену з натуральних інгредієнтів, з особливою увагою до екологічної та соціальної відповідальності. Основні цінності L'ОССІТАНЕ включають автентичність, прозорість, повагу до біорізноманіття та зобов'язання щодо неприйняття тестування на тваринах. Ці

принципи не лише відображаються у внутрішніх процесах, але й формують взаємини з партнерами та споживачами[13].

Екологічна свідомість має значний вплив на бренд та маркетинг L'ОCCITANE. У своїй комунікації бренд акцентує увагу на використанні сталих інгредієнтів, екологічних пакувань та зменшенні впливу на навколишнє середовище. Маркетингові компанії часто висвітлюють історії постачальників натуральних компонентів, підкреслюючи тісний зв'язок між місцевими фермерами та компанією, що додає щирості та прозорості бренду. Це створює образ L'ОCCITANE як компанії, яка цінує природу та відповідально ставиться до своєї ролі в бізнесі і суспільстві.

Бренд L'ОCCITANE, який позиціонує себе як виробник екологічної косметики, дотримується ряду екологічних стандартів і практик для забезпечення сталості своєї діяльності. Ось деякі з них:

1. **Стандарт ISO 14001:** Глобально визнаний стандарт для систем управління навколишнім середовищем, який сприяє зменшенню впливу на довкілля та забезпеченню постійного поліпшення екологічної діяльності.
2. **Сертифікація ECOCERT:** Органічна сертифікація, яка гарантує, що косметичні продукти містять інгредієнти з органічного землеробства та виготовлені з використанням екологічно чистих процесів.
3. **Cosmebio:** Французький екологічний та органічний сертифікат, який вимагає використання природних інгредієнтів із заборонаю певних синтетичних речовин.
4. **Leaping Bunny:** Міжнародний стандарт, який гарантує, що продукція не тестувалася на тваринах.
5. **Fair Trade:** Практики, що забезпечують справедливу оплату та умови праці для фермерів та інших постачальників.
6. **Zero Deforestation Commitment:** Зобов'язання не використовувати інгредієнти, які спричиняють знищення тропічних лісів.

7. Використання переробних матеріалів у упаковці:

Зобов'язання до використання матеріалів, які можуть бути перероблені або вже були використані, для зменшення обсягів відходів.

Ці та інші схожі стандарти та практики допомагають компаніям, як L'OCCITANE, підтримувати сталий розвиток, вести ділову етику та позитивно впливати на довкілля та суспільство.

Аналізуючи фінансові показники L'OCCITANE за 2022 та 2023 роки, можна зробити декілька спостережень.(таблиця 2.1)

Таблиця 2.1

Фінансовий стан L'OCCITANE на 2022/2023рр

Показники тис. євро			
	31 березня 2022	31 березня 2023	Відношення 2023/2022
Чисті продажі	1 360 991	1 421 214	+ 60 223
% від загального	76,4	66,6	- 9,8
Валовий прибуток	1 154 563	1 201 277	+ 46 714
% від чистих продажів	84,8	84,5	- 0,3
Витрати на розподіл	563 867	596 614	+ 32 747
Маркетингові витрати	194 463	208 184	+ 13 721
Витрати на дослідження і розвиток	14 570	15 544	+ 974
Адміністративні витрати	131 060	144 682	+ 13 622
Частка прибутку від спільних підприємств	13 640	16 590	+ 2 950
Інші операційні доходи	38 990	3 211	- 35 779
Інші операційні витрати	6 779	14 709	+ 7 930
Операційний прибуток	269 174	208 165	- 61 009
% від чистих продажів	19,8	14,6	- 5,2

Джерело: сформовано автором на основі [22]

У 2023 році компанія мала підвищення чистих продажів з 1 360 991 тис. євро до 1 421 214 тис. євро, що вказує на зростання обсягу продажів приблизно на 4,4%. Проте, валовий прибуток як відсоток від чистих продажів трохи зменшився, з 84,8% до 84,5%, що може свідчити про зростання витрат на виробництво або зміни у ціновій політиці. Загальні витрати на розподіл, маркетинг та адміністрування також зросли, але цікаво, що операційні витрати, за винятком витрат на розподіл, в цілому зменшилися. Це може бути результатом ефективнішого управління витратами або одноразових заощаджень. Найважливішим показником є операційний прибуток, який скоротився з 269 174 тис. євро до 208 165 тис. євро в 2023 році. Це відповідає зниженню приблизно на 22,7%. Це зниження, на ряду з меншою часткою в загальних продажах (з 19,8% до 14,6%), може вказувати на збільшення внутрішніх або зовнішніх тисків на рентабельність, таких як підвищення цін на сировину, зміни у споживчому попиті або збільшення конкуренції. В цілому, попри зменшення операційного прибутку, компанія зберігає сильну маржу, що свідчить про здоровий фінансовий стан. Проте, зниження операційного прибутку є сигналом для компанії ретельно оцінити свої витрати та стратегії щодо підвищення прибутковості.

З огляду на глобалізацію, L'OCCITANE продовжує адаптуватися до змінних умов ринку, одночасно залишаючись вірним своїм корінням і базовим цінностям, які полягають у виробництві автентичної, екологічної косметики високої якості.

2.2 Дотримання екологічного менеджменту в L'OCCITANE

L'OCCITANE en Provence відома своєю відданістю до екологічного менеджменту та сталого розвитку, що відіграє ключову роль у всіх аспектах її діяльності. З моменту заснування компанія прагнула не тільки створювати високоякісну натуральну косметику, а й забезпечити всі процеси виробництва найвищими екологічними стандартами. Основні принципи екологічного

менеджменту в L'ОCCITANE включають відповідальне використання ресурсів, зниження впливу на довкілля, підтримку біорізноманіття, та прозорість у всіх процесах.

Історично компанія завжди відзначалася своїм підходом до використання інгредієнтів, отриманих з екологічно чистих джерел. Це зобов'язання розширилось із часом, охоплюючи всі аспекти їхньої діяльності — від виробництва до упаковки та доставки. Сьогодні L'ОCCITANE не лише дотримується суворих міжнародних стандартів, а й активно співпрацює з місцевими спільнотами для підтримки сталого розвитку, а також розробляє ініціативи для захисту довкілля, які включають інвестиції у відновлювану енергетику та проекти з переробки[12].

Це не просто комерційна стратегія, а глибока філософія, яка пронизує всю корпоративну культуру L'ОCCITANE. Їхня непохитна прихильність до екологічних принципів стимулює інновації та веде до постійного пошуку нових шляхів для покращення якості продукції, зберігаючи при цьому гармонію з природою.

Розвиток екологічного менеджменту в L'ОCCITANE тісно пов'язаний з їх корпоративною стратегією та повсякденною діяльністю, підкреслюючи відданість бренду сталим практикам. Це відображається у кількох ключових аспектах їхньої діяльності.

L'ОCCITANE систематично інтегрує екологічні цілі в свою бізнес-модель, що виявляється у формулюванні та впровадженні стратегій, спрямованих на зниження впливу на довкілля та покращення екологічної відповідальності на всіх рівнях. Компанія розробляє коротко- та довгострокові плани, які охоплюють такі аспекти, як зменшення споживання води і енергії, оптимізація логістики для скорочення викидів CO₂, а також використання сталих і відновлюваних ресурсів.

Для зменшення свого екологічного впливу L'ОCCITANE впроваджує новітні технології та інноваційні підходи. Це включає розробку та застосування біорозкладних формул, ефективніші методи виробництва, які знижують відходи, та переробку матеріалів. Компанія також активно використовує цифрові

технології для моніторингу та оптимізації своїх виробничих процесів, щоб забезпечити мінімальний вплив на навколишнє середовище.

L'ОССІТАНЕ розуміє, що успіх екологічного менеджменту залежить не тільки від стратегій та технологій, а й від людей, які їх впроваджують. Тому компанія велику увагу приділяє навчанню та мотивації свого персоналу щодо екологічних практик. Співробітники ознайомлені з корпоративною політикою сталості та вивчають, як її застосовувати в повсякденній роботі. Крім того, L'ОССІТАНЕ вибірково підходить до співпраці з постачальниками, переконуючись, що вони також дотримуються високих стандартів сталості та екологічної відповідальності.

Розглянемо три аспекти, в яких бренд розвиває свою екологічність:

1. Продукція

L'ОССІТАНЕ зосереджує увагу на використанні натуральних інгредієнтів, що вирощуються в екологічно чистих умовах, особливо в Провансі, який славиться своїми багатими традиціями та рослинними ресурсами. Ось кілька ключових інгредієнтів, які часто зустрічаються у продуктах L'ОССІТАНЕ:

- **Лаванда:** Вирощується у відкритих полях Провансу, лаванда відома своїми заспокійливими властивостями та здатністю покращувати якість сну. Ефірна олія лаванди, що використовується в продукції, забезпечує природний аромат і сприяє релаксації.

- **Ши (Каріте):** Масло ши, одержане з горіхів дерева каріте, яке росте в Західній Африці, є важливим компонентом для зволоження і живлення шкіри. Використання цього інгредієнта також підтримує сталі громадські ініціативи в Африці.

- **Імортель:** Ця квітка з унікальною здатністю не в'янути навіть після зривання, використовується в антивікових продуктах завдяки своїм потужним антиоксидантним властивостям.

Екологічні переваги використання натуральних інгредієнтів включають зниження впливу на довкілля, оскільки такі інгредієнти можуть бути вирощені

та зібрані без шкоди для природи, а також підтримка біорізноманіття та зменшення використання хімічних добрив і пестицидів.

Продукція L'ОССІТАНЕ формується без використання шкідливих хімічних речовин, таких як парабени, силікони, фталати, а також синтетичні барвники чи ароматизатори. Замість цього компанія використовує консерванти природного походження і більш безпечні альтернативи традиційним компонентам. Цей підхід не тільки забезпечує вищий рівень безпеки для споживачів, але й виключає можливість накопичення шкідливих речовин у навколишньому середовищі через водовідведення[12].

2. Упакування

L'ОССІТАНЕ активно працює над мінімізацією відходів від упаковки своїх продуктів. Компанія зосереджена на використанні переробних матеріалів, що не тільки зменшує потребу в первинних ресурсах, але й сприяє зниженню відходів, які потрапляють на звалища. Використання біорозкладаних упаковок є ще однією важливою ініціативою; такі матеріали можуть натурально розкладатися, зменшуючи довгостроковий екологічний вплив. Впровадження цих стратегій дозволяє компанії не тільки знизити екологічний вплив, але й виступати як приклад для інших у галузі косметики.

L'ОССІТАНЕ активно займається зменшенням використання пластику в упаковках для своїх продуктів. Це включає ініціативи як зменшення розмірів упаковки, так і перехід на альтернативні матеріали, такі як скло, метал або компостовані матеріали, які більш екологічно прийнятні і сприяють круговій економіці. Крім того, компанія також розробляє багаторазові та поповнювані рішення, які дозволяють споживачам знову використовувати первинну упаковку продукту, замінюючи лише вміст. Ці заходи не тільки допомагають скоротити використання пластику, але й підтримують зусилля компанії зі зменшення впливу на довкілля і підвищення екологічної обізнаності серед споживачів.

3. Викиди з виробництва

L'ОССІТАНЕ серйозно підходить до зменшення вуглецевого сліду своєї діяльності. Одним із ключових напрямків є оптимізація виробничих процесів,

щоб мінімізувати викиди парникових газів. Компанія впроваджує заходи, такі як модернізація обладнання, використання енергії з меншим вуглецевим відбитком і поліпшення логістики, щоб скоротити викиди CO₂ на всіх етапах від виробництва до доставки товарів. Також, L'ОССІТАНЕ інвестує у розробку продуктів із меншою вуглецевою інтенсивністю, включно з використанням інгредієнтів, які вимагають менше енергії для виробництва.

L'ОССІТАНЕ активно впроваджує енергоефективні рішення у своєму виробництві. Однією з важливих ініціатив є перехід на використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія, які значно зменшують залежність компанії від палива. В різних локаціях, де розташовані їхні заводи та офіси, встановлені фотоелектричні панелі, які виробляють чисту енергію для повсякденних операцій.

Оптимізація процесів виробництва також є важливою складовою стратегії енергозбереження. Це включає автоматизацію та впровадження інтелектуальних систем управління, які дозволяють мінімізувати енергоспоживання та зменшити виробничі витрати. Використання сучасних технологій для контролю і моніторингу енергоспоживання дозволяє L'ОССІТАНЕ точно визначати, де і як можливо додатково скоротити споживання, забезпечуючи тим самим високу ефективність операцій.

Кожен з цих аспектів сприяє зміцненню позицій L'ОССІТАНЕ як лідера у галузі сталого розвитку та екологічного менеджменту, що не тільки покращує їхній внутрішній екологічний вплив, але й служить прикладом для інших компаній у косметичній індустрії.

2.3 Аналіз результативності екологічної політики бренду

Аналіз екологічності продукції L'ОССІТАНЕ можна розпочати з розгляду складу інгредієнтів, які використовуються у їхніх косметичних виробках. Вони поділяються на три основні групи: органічні складники та хімічні сполуки, що розкладаються і не розкладаються.

Органічні складники, які використовуються в L'ОССІТАНЕ, здебільшого вирощуються на екологічно чистих фермах. Ферми, з яких L'ОССІТАНЕ отримує сировину, часто розташовані у районах з багатим природним біорізноманіттям, де практики органічного землеробства сприяють збереженню екосистеми.

Ці ферми уникають використання шкідливих пестицидів та добрив, які можуть забруднювати ґрунт та водойми, замість цього використовуючи природні методи контролю шкідників та збагачення ґрунту. Це не тільки допомагає підтримувати здоров'я локальної флори і фауни, але й забезпечує виробництво високоякісних інгредієнтів без шкідливих домішок, що є важливим для кінцевої якості косметичних продуктів.

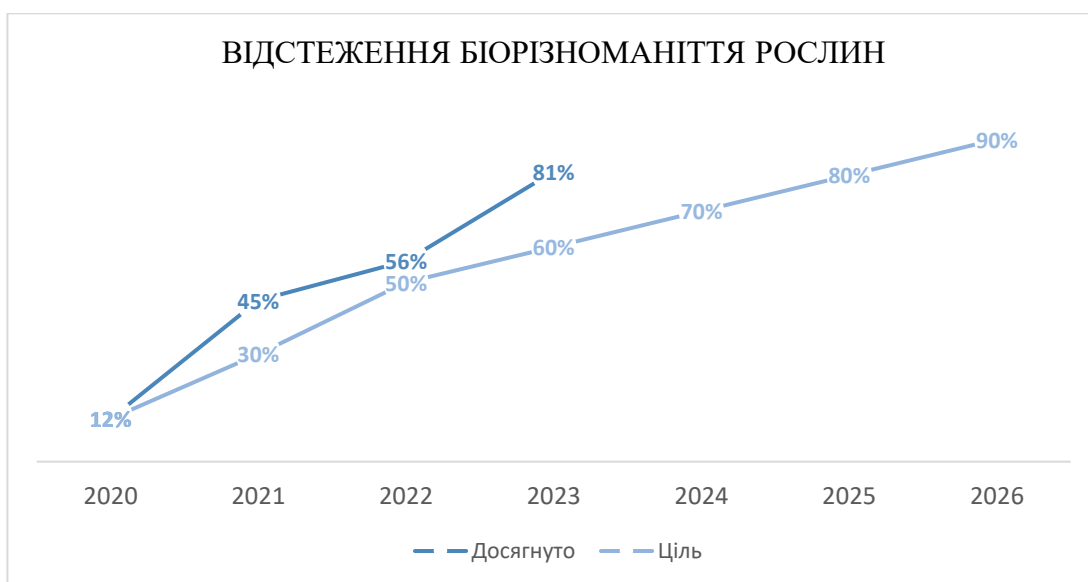


Рис 2.1 Біорізноманіття рослин на фермах

Джерело: [12]

На цій схемі представлено прогрес біорізноманіття рослин L'ОССІТАНЕ у вигляді показника КРІ з 2020 по 2026 рік. Графік відображає досягнуті брендом результати.

У 2020 році КРІ біорізноманіття був на рівні лише 12%, але з того часу спостерігається значний ріст. Вже у 2021 році КРІ піднявся до 45%, а в 2022 році — до 56%. До 2023 року показник зріс до 81%, перевищивши плановане значення

60%. Це свідчить про ефективне впровадження екологічної стратегії та можливо про перегляд цілей вгору через досягнення попередніх планів раніше встановленого терміну.

Також, співпраця з органічними фермами дозволяє L'ОCCITANE створювати тісні та стійкі відносини з фермерами, підтримуючи місцеві громади та сприяючи їх економічному розвитку. Інгрєдїєнти, такі як лаванда, ши, їмортель та їнші, є основою для багатьох косметичних формул L'ОCCITANE і є відомими своїми корисними властивостями, а також екологічною чистотою.

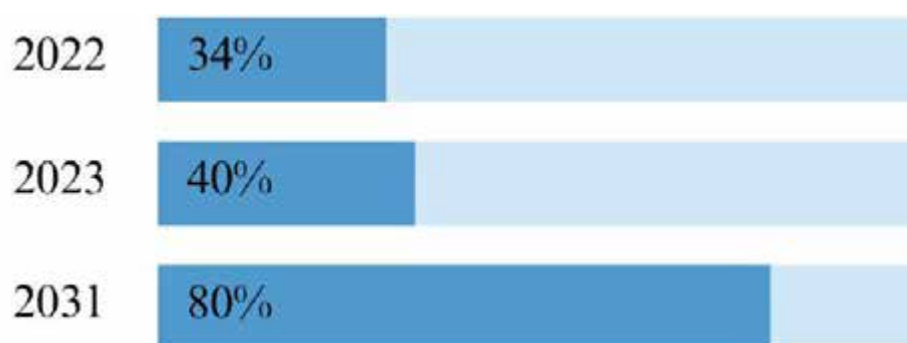


Рис 2.2 % органічних сполук в продукції L'ОCCITANE

Джерело: [12]

Хїмічні сполуки, що розкладаються, використовуються в продукції L'ОCCITANE не тільки через їхню ефективність, але й через їхню здатність до біорозкладання, що важливо для зменшення впливу на довкілля. Компанія ретельно підбирає такі інгрєдїєнти, які забезпечують максимальну ефективність продуктів при мінімальному ризику для навколишнього середовища.

Інгрєдїєнти, які можуть біорозкладатися, перетворюються мікроорганїзмами на природні, нешкідливі речовини, такі як вода, вуглекислий газ і біомаса. Цей процес відбувається природньо в ґрунті або водних середовищах, що дозволяє знижувати накопичення відходів та зменшувати екологічний тягар скидів у довкілля.

Для забезпечення, що всі компоненти продукції мають властивість біорозкладатися, L'ОCCITANE використовує передові наукові дослідження і

технології. Компанія вибирає інгредієнти з органічних, природних джерел, а також синтезовані компоненти, які відповідають строгим критеріям біорозкладаності. Такий підхід дозволяє не тільки покращувати якість продуктів, але й забезпечувати їхню екологічну безпечність.



Рис 2.3 % біорозкладних хімічних сполук при виробництві продукції

Джерело: [12]

Використання біорозкладаних хімічних сполук має свої виклики, зокрема у випадках, коли необхідно досягти певного рівня довговічності або стабільності продуктів. L'ОCCITANE використовує інноваційні формули для забезпечення, що їх продукти залишаються ефективними та безпечними протягом всього терміну зберігання. З іншого боку, перевага такого підходу полягає в зниженні екологічного навантаження і підвищенні сталості бренду, що позитивно впливає на його репутацію серед споживачів, які цінують екологічну відповідальність[13].

Щодо хімічних сполук, що не розкладаються, L'ОCCITANE стикається з необхідністю використання деяких таких стійких хімічних сполук, які служать для забезпечення довготривалої якості та безпеки продукції. Однак, компанія не зупиняється на тому, щоб просто обмежити їх використання. Замість цього, вона вживає заходів для інновацій у своїх формулах, що включають наукові дослідження та розробку нових інгредієнтів, які можуть принести подібні або кращі результати без негативного впливу на здоров'я людини та екологію.

Наступний аналіз сфери дотримання екологічного менеджменту у L'OCCITANE – це упаковка. L'OCCITANE часто використовує упаковкування, яке мінімізує вплив на навколишнє середовище, щоб підкреслити їхнє зобов'язання до зменшення відходів та підтримки циклу переробки.

Бренд працює над тим, щоб використовувати більш стійку упаковку, вибираючи менш екологічно впливові матеріали та зменшуючи вагу упаковки. Зокрема, компанія взяла на себе зобов'язання зменшити використання пластику, оскільки це є основним джерелом забруднення для наземних та морських екосистем. Процеси розробки продукту L'OCCITANE en Provence включають фазу розвитку еко-дизайну з метою зменшення впливу на навколишнє середовище їх продукції.



Рис 2.4 % пластикової упаковки, що доступний для переробки, багаторазового використання або компостування

Джерело: [12]

У 2022 році компанія стала підписантом глобального зобов'язання нової пластмасової економіки, розширивши ключові цілі, викладені в угоді з усіма брендами, і стягуючи відповідальність за внесок у щорічний звіт про прогрес глобального зобов'язання.

Зобов'язання компанії такі:

- досягнення 100% упаковки, що підлягає переробці, багаторазовому використанню;
- усунути непотрібну пластикову упаковку;

- Переміщення від моделей одноразового використання до багаторазових моделей для пластмас.

Бренд постійно працює над зменшенням впливу їх упаковки, все частіше використовуючи зовнішніх партнерів для оцінки переробки їх упаковки, а також визначення областей для вдосконалення. Спочатку, команда, що займається пакуванням, працюють паралельно з оперативними командами, щоб зменшити матеріал, що використовується в святкових кампаніях. Зокрема, для цих кампаній реалізується екологічно свідомий вибір, включаючи лише використання картону в упаковці, використання локальних служб доставки та наповнення ящиків з папером.

Таблиця 2.2

Екологічні зобов'язання L'OCCITANE до 2026 року

Рівень залученості	Зобов'язання	Базовий 2020	Прогрес 2023	Ціль 2026
L'OCCITANE en Provence	100% переробний пластик у роздрібних пляшках до 2026р	32%	56%	100%
	75% переробного алюмінію з алюмінієвих складових упаковки	0%	49%	75%
	100% алюмінієвих упаковок з мінімум 95% переробного алюмінію у складі		100% досягнуто	
	40% розкладних матеріалів у пластикових упаковках	15%	29%	40%

Джерело: [12]

L'Occitane демонструє значний прогрес у сталому розвитку своєї упаковки, зосереджуючись на збільшенні використання переробних матеріалів. З 2020 року, коли лише 32% упаковки було зроблено з переробного пластику, компанія підвищила цей показник до 56% у 2023 році, прагнучи досягти 100% до 2026 року. Щодо алюмінію, використання переробленого металу в компонентах упаковки зросло з 0% до 49% за цей же період, з ціллю досягти 75%. Компанія також успішно інтегрувала сталий алюміній у 100% своїх упаковок, тим самим

досягнувши своєї цілі. Нарешті, L'OCCITANE планує збільшити частку розкладних матеріалів у пластикових упаковках з 15% до 40%, що вказує на їх зосередженість на зменшенні відходів та підвищенні екологічної безпеки продукції.

Щоб бути для споживачів екологічно усвідомленими, L'OCCITANE en Provence встановлює станції для перезавантаження у своїх бутиках по всій Європі, США, Канаді та Азії. Це посилює прихильність бренду до поєднання простоти та інновацій, створюючи продукти та програми, що поважають людей та природу. 100-та станція була встановлена у вересні 2022 року у Франції. Разом використання станцій виключає використання близько 10 000 пляшок для одноразового використання на рік.

І нарешті останній показник екологічності бренду – відходи під час виробництва продукції. При аналізі відходів, що утворюються під час операцій, основний вплив пов'язаний із утилізацією продуктів після закінчення терміну служби. Ще один важливий напрямок полягає в тому, як боротися з відходами в решті ланцюга створення вартості, особливо на заводах компанії.

Щоб усунути цей потік відходів, підхід екологічного дизайну спрямований на зменшення ваги упаковки, розробку альтернатив багаторазового використання та використання більшої кількості переробленого вмісту. Паралельно бренд розробляє рішення, щоб заохочувати споживачів і полегшити переробку використаної упаковки.

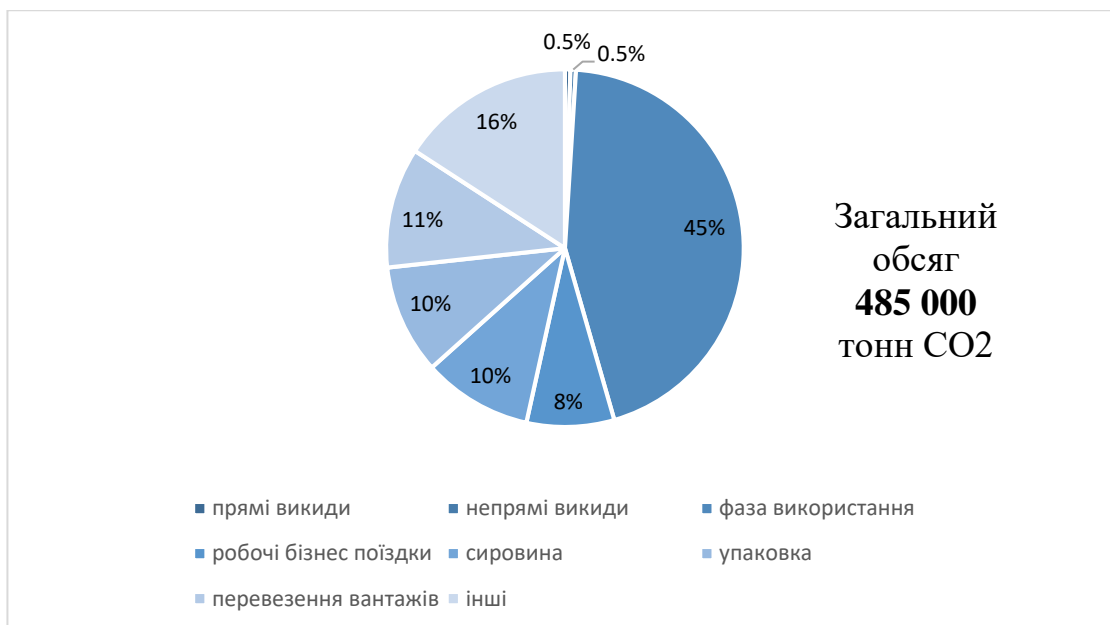


Рис 2.5 викиди CO₂ у L'ОССІТАНЕ за 2023 рік

Джерело: Сформовано автором на основі [12]

Впроваджено систему екологічного менеджменту на заводах компанії у Франції (ISO 14001) і у власній мережі магазинів з метою поводження з відходами. Цей підхід ґрунтується на кількох загальних проектах, спрямованих на зменшення відходів, пов'язаних із транспортуванням і пакуванням на заводах і в розподільних центрах, просування практики еко-дизайну, зокрема полегшеної упаковки, а також оптимізації, повторного використання та стандартизації матеріалів.

На виробничих підприємствах підприємства оперативні групи працюють над зменшенням утворення відходів за допомогою ініціатив постійного моніторингу, водночас забезпечуючи найбільш можливу утилізацію відходів, яких неможливо уникнути у джерелі. Починаючи з 2019 року заводи у Франції відправляють на звалище нуль відходів, що забезпечує переробку 100% відходів, які утворюються на виробництві, шляхом повторного використання або перепрофілювання відходів для виробництва енергії. Якщо врахувати дані для виробничого майданчика підприємства в Бразилії, цей показник падає до 99%.

Також важливо спілкуватися зі споживачами щодо переробки та полегшити її споживачам. Бренд прагне розробити програми переробки для всіх брендів, а

також адаптувати всі дистриб'юторські мережі та споживчі моделі споживання, щоб гарантувати переробку продуктів після споживання. Вони роблять це, пропонуючи пункти прийому споживчої упаковки. Бренди можуть пропонувати різні способи збору пост-споживчих товарів за допомогою ініціатив, починаючи від програм переробки в магазинах, онлайн-програм, індивідуальних пунктів збору, поштових систем тощо.

У 2023 році компанія запропонувала 2867 пунктів прийому товарів після споживання, включаючи програми переробки в магазинах. Загалом у 2023 році було зібрано 2,9 мільйона споживчих одиниць, що вдвічі більше, ніж у 2022 році, завдяки залученню роздрібною мережі. Крім того, щоб допомогти зменшити кількість відходів у всьому світі, принаймні одна з програм переробки в магазині також приймає упаковку інших брендів, крім їхньої.

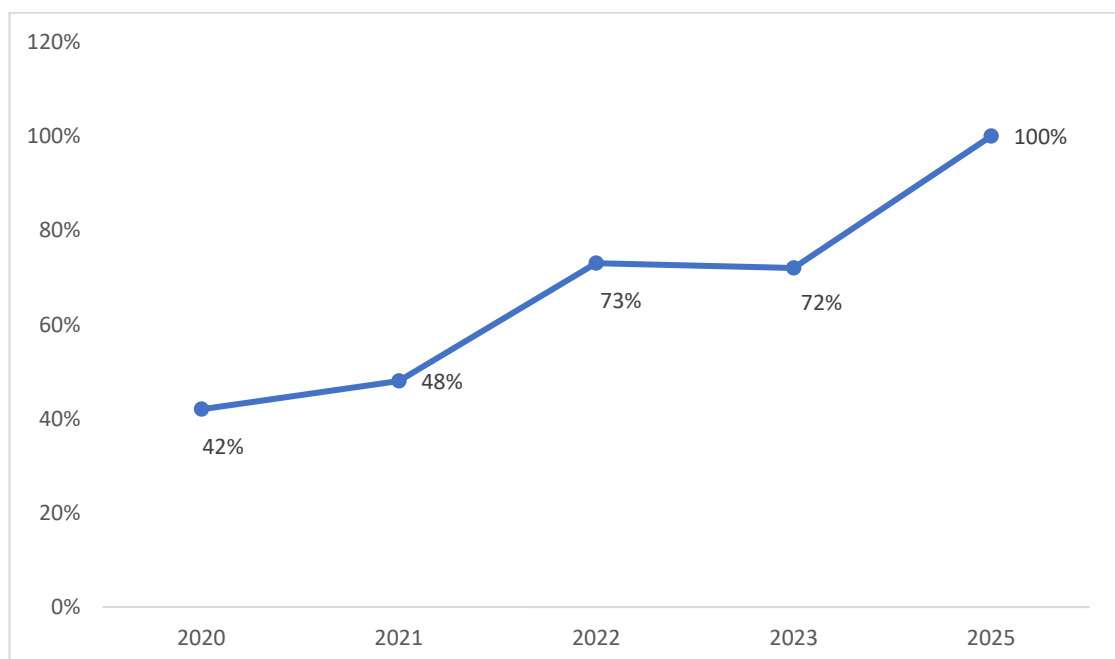


Рис 2.6 магазини, що пропонують програми переробки

Джерело: [12]

У Китаї 100% власних магазинів L'OCCITANE en Provence пропонують програми переробки, і ця програма поширюється на інші бренди компанії.

Програми переробки також були запроваджені в Бразилії для L'OCCITANE en Provence і L'OCCITANE au Brésil, розгорнувши місцеве партнерство з Trashin, компанією, що спеціалізується на розумному поводженні з відходами. У 2023 році було охоплено 19% магазинів у Бразилії з метою розширення до 100% магазинів до 2025 року. Ця ініціатива зібрала 171 кг упаковки, придатної для переробки, і надала фінансову підтримку 53 сім'ям, які працюють у переробних кооперативах.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

3.1 Потенційні напрямки розвитку екологічного менеджменту на підприємствах косметичних засобів

Косметична промисловість зіткнулася з викликами, пов'язаними з екологічними, соціальними та економічними наслідками своєї діяльності. В останні роки зростає усвідомлення важливості сталості не тільки серед споживачів, але й на всіх етапах виробництва. Впровадження сталості в косметиці починається з етапу проектування, де розробники намагаються впливати на всі наступні етапи виробничого ланцюга. Під час вибору сировини, компанії можуть значно покращити екологічні показники продуктів, обираючи сталі альтернативи традиційним інгредієнтам. Це включає використання інгредієнтів, які добуваються за принципами справедливої торгівлі, застосування методів екологічної хімії для синтезу більш безпечних інгредієнтів, а також інноваційні підходи, такі як переробка побічних продуктів агропромисловості у цінні косметичні компоненти. Важливим напрямком є також розробка безводних формул, які зменшують водний слід продуктів. На стадії виробництва, велика увага приділяється впровадженню енергоефективних та мінімалістичних технологій. Інноваційні фабрики все частіше використовують системи, які дозволяють повторно використовувати воду та енергію, що сприяє мінімізації впливу на довкілля[19].

На етапі використання продукції споживачами, косметичні компанії ставлять за мету не тільки навчити користувачів екологічно свідомому використанню косметики, але й забезпечити, що після споживання упаковку можна було легко переробити, повторно використати або поповнити. Вибір такого підходу допомагає зменшити кількість відходів, які потрапляють на сміттєзвалища.

Також велике звернення уваги йде на вуглецевий слід, що виникає на різних етапах розподілу, є важливим аспектом, який вимагає комплексних зусиль

з оптимізації логістики. Компанії, які успішно інтегрують ці принципи в свої бізнес-моделі, не тільки виграють на репутації, але й сприяють підвищенню стандартів екологічної відповідальності у галузі.

На прикладі таких компаній можна розглянути прямого конкурента L'OCCITANE – WELEDA. WELEDA — це швейцарський бренд, заснований у 1921 році, що спеціалізується на виробництві натуральних косметичних продуктів та засобів особистої гігієни. Засновниками компанії були філософ Рудольф Штайнер, лікар Іта Вегман і хімік Оскар Шмідель. Вони були натхнені антропософськими принципами, що інтегрують науку та духовність, і прагнули створити продукцію, яка підтримує здоров'я та гармонію між людиною і природою[14].

З самого початку Weleda використовувала натуральні інгредієнти, вирощені за принципами біологічного землеробства, що включає в себе циклічні природні процеси та повагу до екосистеми. У своїй діяльності компанія завжди ставила на перше місце стійкість, відповідальність перед природою та соціальну справедливість.

Основною метою Weleda є створення натуральних продуктів, які сприяють підтриманню здоров'я, краси та гармонії людини з природою. Компанія прагне забезпечити своїх клієнтів високоякісною косметикою, яка відповідає найвищим стандартам екологічної та соціальної відповідальності.

Загальні відомості:

1. **Продукція:** Асортимент Weleda включає засоби по догляду за шкірою обличчя, тіла та волоссям, а також дитячу косметику. Всі продукти виробляються з натуральних інгредієнтів, без використання синтетичних добавок, консервантів та ароматизаторів.

2. **Інгредієнти:** Weleda використовує тільки натуральні, органічні та біологічні інгредієнти. Сировина вирощується на власних фермах або закуповується у надійних постачальників, які дотримуються принципів сталого розвитку.

3. **Сталий розвиток:** Компанія активно впроваджує екологічні практики у всі аспекти своєї діяльності, від вирощування сировини до виробництва та упаковки продуктів. Weleda використовує енергію з відновлюваних джерел, зменшує обсяги відходів та викидів CO₂.

4. **Соціальна відповідальність:** Weleda підтримує місцеві громади, забезпечуючи справедливі умови праці та гідну оплату. Компанія також бере участь у численних соціальних проектах, спрямованих на покращення умов життя людей у різних країнах.

5. **Сертифікація:** Продукція Weleda має численні сертифікати, що підтверджують її натуральність та екологічність, такі як:

- NATRUE - сертифікат, що гарантує натуральність та органічне походження інгредієнтів у косметичній продукції.
- Demeter - сертифікат для біологічних продуктів, що підтверджує відповідність стандартам біологічного землеробства.
- Cruelty-Free International (Leaping Bunny) - сертифікат, що підтверджує, що продукція не тестується на тваринах.
- B Corp - сертифікат, що визнаний компаніям, які дотримуються високих стандартів соціальної та екологічної ефективності, відповідальності та прозорості.
- ISO 14001 - сертифікат системи екологічного менеджменту, що підтверджує зусилля компанії у мінімізації впливу на довкілля.
- FSC (Forest Stewardship Council) - сертифікат, що підтверджує використання відповідально керованих лісових ресурсів у пакувальних матеріалах.

Ці сертифікати підтверджують зобов'язання Weleda щодо екологічної відповідальності та сталого розвитку.

**Порівняльна характеристика екологічного менеджменту між
L'OCCITANE та WELEDA**

Критерій	L'Occitane	Weleda
Заснування	1976	1921
Походження	Франція	Швейцарія
Інгредієнти	Натуральні інгредієнти з Провансу та інших країн	Органічні та біологічні інгредієнти
Енергетичні джерела	Відновлювані джерела енергії	Відновлювані джерела енергії
Упаковка	Екологічно чисті матеріали, програми переробки	Екологічно чисті матеріали, біорозкладні упаковки
Соціальна відповідальність	Підтримка жінок в країнах, де добувають сировину	Підтримка місцевих громад, справедливі умови праці
Відходи	Програми зі зменшення відходів, переробка	Мінімізація відходів, біорозкладні матеріали
Збереження біорізноманіття	Програми з відновлення екосистем	Збереження біорізноманіття через органічне землеробство
Карбононейтральність	Стратегії зменшення вуглецевого сліду	Зусилля щодо зменшення викидів CO ₂

Джерело: сформовано автором на основі джерела [19]

Хоча між даними брендами багато різного, але вони поділяють спільні цінності щодо екологічної відповідальності та сталого розвитку. Обидві компанії прагнуть мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище, використовуючи натуральні та органічні інгредієнти, екологічно чисті матеріали для упаковки, а також впроваджуючи стратегії зменшення викидів вуглецю та відходів. Вони також активно підтримують соціальні ініціативи, спрямовані на покращення умов життя місцевих громад та забезпечення справедливих умов праці. Завдяки цим зусиллям L'Occitane і Weleda допомагають створювати більш стійке та екологічно свідоме майбутнє.

3.2 Інноваційні методи та підходи щодо розвитку екологічного менеджменту для бренду L'OCCITANE

У сучасних умовах глобальних екологічних викликів, підприємства косметичної індустрії стикаються з необхідністю інтегрувати сталі практики в усі аспекти своєї діяльності. L'OCCITANE, як провідний гравець у цій галузі, прагне вдосконалити свої підходи до екологічного менеджменту через впровадження інноваційних методів. Цей розділ має на меті дослідити різноманітні інноваційні стратегії, які можуть сприяти ефективнішому екологічному менеджменту, забезпечуючи в той же час зменшення впливу компанії на навколишнє середовище. Особлива увага приділяється вивченню передових технологій і підходів, які L'OCCITANE може використовувати для зменшення свого екологічного відбитка, включаючи оптимізацію використання ресурсів, впровадження зелених технологій у виробництво, і розробку новітніх екологічних упаковок.

Я нам вже відомо, L'OCCITANE сприяє розвитку екологічного менеджменту в трьох напрямках: продукція, упакування, викиди з підприємства. Хоча наразі бренд ввів достатню кількість обмежень, аби мати достатній рівень екологічної відповідальності і щороку намагається покращувати ці показники, все ж йому є куди розвиватись.

Ось як наприклад, у сфері використання сталих інгредієнтів, L'OCCITANE може зосередитися на розширенні асортименту органічної та сертифікованої сировини, які мають менший екологічний вплив. Це може включати в себе не тільки розширення власних постачальницьких ланцюгів для забезпечення більшої частини сировини зі сталого джерела, але й співпрацю з місцевими та міжнародними організаціями для отримання сертифікацій, як-от Fair Trade або Rainforest Alliance. Важливим аспектом є встановлення строгих критеріїв для постачальників, що вимагає від них виконання певних екологічних стандартів, включаючи збереження біорізноманіття, мінімізацію використання пестицидів та важких металів[15].

Щодо розробки екологічно чистих продуктів, L'ОССІТАНЕ може інвестувати у наукові дослідження та розробку для створення нових формул, які зменшують або повністю виключають використання токсичних хімічних речовин. Це не тільки покращує безпеку продукції для споживачів, але й зменшує негативний вплив на довкілля. Розробка продуктів, які вимагають менше води та енергії під час використання, таких як концентровані шампуні або безводні очисні засоби, може суттєво знизити водний слід споживачів та зменшити витрати на транспортування завдяки меншій вазі продуктів.

Одним із ключових напрямків у сфері екологічного упакування для L'ОССІТАНЕ є розробка та застосування упаковок, виготовлених з повністю біорозкладних або переробних матеріалів. Це може включати використання паперу та картону, які отримані з лісів, що мають сертифікацію сталого ведення господарства, або пластиків, що переробляються, для зниження впливу на довкілля. Важливим елементом є також впровадження модульних систем упаковки, що не тільки полегшує їхнє розбирання та перероблення на кінці життєвого циклу продукту, але й забезпечує гнучкість в переупакуванні та повторному використанні, що істотно знижує відходи.

L'ОССІТАНЕ може впровадити політику, яка цілеспрямовано зменшує загальну кількість упаковки, що використовується у продукції. Це може бути досягнуто через дизайн упаковки, який максимально ефективно використовує простір та матеріали, або через збільшення частки продуктів, що продаються без упаковки (наприклад, тверді шампуні або кондиціонери). Також компанія може розвивати вже існуючі програми для повторного використання упаковки, такі як поповнення продуктів у фірмових магазинах, що дозволяє споживачам використовувати одну і ту ж упаковку багато разів, тим самим знижуючи попит на нову упаковку та зменшуючи виробництво відходів.

Одним із пріоритетних напрямків для L'ОССІТАНЕ у контексті зниження викидів CO₂ є оптимізація виробничих процесів. Компанія може застосовувати новітні технології та методи виробництва для зменшення споживання енергії, такі як автоматизація процесів та вдосконалення обладнання, що забезпечують

вищу продуктивність при меншому енергоспоживанні. Інвестиції у відновлювані джерела енергії, такі як сонячна або вітрова енергія, можуть відіграти ключову роль у забезпеченні енергетичних потреб виробництва без значних викидів CO₂[12].

Підвищення енергоефективності є ще однією важливою стратегією у скороченні викидів виробництва. L'ОССІТАНЕ може інтегрувати передові технології, які знижують загальне енергоспоживання у всіх аспектах діяльності. Це може включати в себе впровадження систем оптимального керування енергією, які автоматично регулюють використання енергії на заводі, залежно від поточних потреб виробництва. Окрім цього, реалізація проектів з відновлення та використання втраченої енергії, таких як утилізація тепла, може значно знизити енергетичні витрати. Це включає збір тепла, що виробляється в процесах виробництва, і його повторне використання для опалення або в інших енергозатратних процесах, тим самим мінімізуючи загальну потребу в зовнішніх джерелах енергії.

Застосування цих підходів не тільки сприяє зниженню викидів CO₂ та підвищенню енергоефективності, але й дозволяє L'ОССІТАНЕ зменшити свої операційні витрати та покращити екологічний імідж бренду, що є важливим конкурентним перевагою на ринку. Ці ініціативи не тільки відображають зобов'язання L'ОССІТАНЕ до екологічної відповідальності, але й підкреслюють їхню роль як лідера у створенні інноваційних та сталих рішень у косметичній індустрії. Такий підхід допомагає компанії вирізнитися на ринку та залучати екологічно свідомих споживачів, що цінують сталість і інновації.

ВИСНОВКИ

Екологічний менеджмент — це систематичний підхід до управління впливом діяльності організації на довкілля, його основна мета полягає в створенні умов, за яких суспільство та природа можуть співіснувати в гармонії, забезпечуючи якісне навколишнє середовище для сучасних та майбутніх поколінь. Екологічний менеджмент став обов'язковим елементом політики державних урядів і приватних організацій, охоплюючи моніторинг викидів, раціональне використання ресурсів та збереження біорізноманіття. Він сприяє сталому розвитку, інтегруючи екологічні принципи у бізнес та державне управління.

Будь-яке підприємство взаємодіє із зовнішнім середовищем через споживання енергії та сировини та утворення відходів. Системи екологічного менеджменту допомагають організаціям оптимізувати свій вплив на довкілля та підвищити екологічну відповідальність. Еталонними стандартами є ISO 14001:2015 та Регламент (ЄС) № 1221/2009 – EMAS. Обидва стандарти мають свої особливості, але обидва сприяють зменшенню енергоспоживання, покращенню іміджу компанії та зміцненню відносин із зацікавленими сторонами.

Отже, екологічний менеджмент відіграє критичну роль в сучасному бізнес-середовищі, оскільки він є відправною точкою для забезпечення збалансованого використання природних ресурсів, зниження екологічного відбитку компаній, і в той же час сприяє підтриманню їхньої конкурентоспроможності і репутації.

З огляду на глобалізацію, L'OCCITANE продовжує адаптуватися до змінних умов ринку, одночасно залишаючись вірним своїм корінням і базовим цінностям, які полягають у виробництві автентичної, екологічної косметики високої якості. Компанія інвестує у сталий розвиток, впроваджує інноваційні технології та зберігає традиційні методи виробництва, підтримуючи місцевих виробників та дбаючи про збереження навколишнього середовища.

Кожен аспект сприяє зміцненню позицій L'OCCITANE як лідера у галузі сталого розвитку та екологічного менеджменту, що не тільки покращує їхній

внутрішній екологічний вплив, але й служить прикладом для інших компаній у косметичній індустрії. Завдяки своїм зусиллям у зменшенні вуглецевого сліду, використанню відновлюваних ресурсів і впровадженню екологічно чистих упаковок, L'OCCITANE демонструє, як можна успішно поєднувати бізнес-ефективність з екологічною відповідальністю, встановлюючи нові стандарти для індустрії краси у всьому світі.

L'OCCITANE використовує інноваційні формули для збереження ефективності продуктів. Компанія також активно працює над зменшенням впливу нерозкладних хімічних сполук через інноваційні дослідження. У сфері упаковки L'OCCITANE зобов'язалася до 2026 року використовувати 100% переробного пластику і зменшити використання пластику взагалі. Також компанія встановлює станції для перезаправки, щоб зменшити кількість відходів. Загалом, L'OCCITANE показує значний прогрес у сталому розвитку, зменшуючи свій екологічний вплив і впроваджуючи інновації для підтримки сталого розвитку.

Косметична промисловість стикається з екологічними, соціальними та економічними викликами, що зумовлює зростання усвідомлення важливості сталого розвитку серед споживачів і виробників. Компанії, такі як L'OCCITANE, впроваджують принципи сталості на всіх етапах виробництва, від вибору сировини до розробки безводних формул, використання енергоефективних технологій і забезпечення можливості переробки упаковки. Конкуренти, такі як Weleda, також демонструють високі стандарти екологічної та соціальної відповідальності, використовуючи натуральні інгредієнти, відновлювані джерела енергії та підтримуючи місцеві громади. Завдяки цим зусиллям обидві компанії сприяють підвищенню стандартів екологічної відповідальності у галузі та створюють більш стійке майбутнє.

У сучасних умовах глобальних екологічних викликів косметична індустрія потребує інтеграції сталих практик у всі аспекти діяльності. L'OCCITANE, як провідний гравець, може вдосконалити екологічний менеджмент через інноваційні методи, зменшуючи вплив на довкілля. Компанія також може

сфокусуватися на розширенні використання органічних і сертифікованих інгредієнтів, розробці екологічно чистих продуктів і створенні біорозкладної упаковки. Також оптимізації виробничих процесів для зниження викидів CO₂, впроваджуючи новітні технології та відновлювані джерела енергії. Ці зусилля підвищать енергоефективність і зміцнять екологічний імідж L'OCITANE, підкреслюючи їхню роль як лідера у створенні сталих рішень у косметичній індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артц М. Пошук стійкого балансу: Управління навколишнім середовищем, 2023.
2. Башарат М., Сухайб А. Управління навколишнім середовищем: проблеми навколишнього середовища, обізнаність та зменшення викидів. 2021.
3. Бобровський А.Л. Екологічний менеджмент, 2023
4. Визначення навколишнього середовища, URL: <https://www.careemergencytoolkit.org/topics-issues/7-environment-and-disasters/1-introduction/1-1-definition-of-the-environment/> [дата звернення 27.04.2024]
5. Вступ до екологічного менеджменту, URL: http://carlprosper4nugs.yolasite.com/resources/INTRODUCTION_TO_ENVIRONMENTAL_MANAGEMENT.pdf [дата звернення 15.03.2024]
6. Е. Еббідж, Д. Бренді, Р. Ланн. Екологічний менеджмент в організації . 2011.
7. Екологічна вартість краси, URL: <https://www.bbvaopenmind.com/en/science/environment/the-environmental-cost-of-beauty/> , 2024 [дата звернення 21.04.2024]
8. Екологічне управління та сталий розвиток, URL: https://www.ifad.org/elearning/IFAD_ESA_Procedures_FINAL.pdf [дата звернення 18.04.2024]
9. Екологічний менеджмент в індустрії краси, URL: <https://www.biotakara.com/environmental-management-in-the-beauty-industry/> . 2013. [дата звернення 02.05.2024]
10. Екологічний менеджмент і аудит в управлінні природокористуванням, URL: <https://uahistory.co/lesson/lessons-course-ecology-11-class-zadorojnii-2011/60.php> . 2022[дата звернення 17.04.2024]
11. Екологічний менеджмент. Чому це так важливо?, URL: <https://www.bolton.ac.uk/blogs/environmental-management-why-is-it-so-important> . 2024[дата звернення 24.03.2024]

12. Екологічний, соціальний звіт та управління за 2023 фінансовий рік бренду L'occitane, URL: https://group.loccitane.com/sites/default/files/2023-07/20230801_ESG%20Report_E.pdf [дата звернення 05.05.2024]
13. Л. Берг, М. К. Хагер, Н. Ю. Гіфт, П. Рейвен. Навколишнє середовище. 2021.
14. Лінн Л., Т. Тітенберг. Економіка навколишнього середовища: Основи. 2019.
15. М.П. Денч. Довідник із впровадження ISO 14001:2015. 2016
16. Маккег Т. Зелена хімія на практиці: екологічні матеріали та хімічні інновації завдяки співпраці. 2023.
17. Мітчел Б. Управління ресурсами та навколишнім середовищем, 2018.
18. Офіційний сайт бренду L'occitane, URL: <https://ua.loccitane.com> [дата звернення 30.04.2024]
19. Офіційний сайт бренду Weleda , URL: <https://www.weleda.ua/journal> [дата звернення 15.05.2024]
20. П. Малвіхілл, С. Харріс Алі. Екологічний менеджмент: критичне мислення та нові практики. 2016.
21. Петрук В.Г., Васильківський І.В., Петрук Р.В. Технології захисту навколишнього середовища. Ч. 3. Сталий менеджмент та ресурсна ефективність, 2019
22. Річний звіт L'occitane, URL: https://group.loccitane.com/sites/default/files/2023-07/20230731_FY2023%20Annual%20Report_E.pdf [дата звернення 13.05.2024]
23. Сертифікація систем екологічного менеджменту ISO 14001:2015 (ДСТУ ISO 14001:2015), URL: [https://eustce.com/ua/sertyfikatsiya-system-ekolohichnoho-menedzhmentu-iso-14001-2015-\(dstu-iso-14001-2015\)?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwxqayBhDFARIsAANWRnTSHAt9yQA1Oj3beF2fRz1oCYmXPJcDDQgbEm19vt1osFeBfpddptUaAnh7EALw_wcB](https://eustce.com/ua/sertyfikatsiya-system-ekolohichnoho-menedzhmentu-iso-14001-2015-(dstu-iso-14001-2015)?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwxqayBhDFARIsAANWRnTSHAt9yQA1Oj3beF2fRz1oCYmXPJcDDQgbEm19vt1osFeBfpddptUaAnh7EALw_wcB) [дата звернення 21.04.2024]
24. Системи управління навколишнім середовищем: що це таке і які переваги вони приносять компаніям?, URL:

- <https://www.cikis.studio/en/article/environmental-management-systems-what-are-they-and-what-are-their-benefits-for-companies> [дата звернення 12.04.2024]
25. Сталий життєвий цикл косметики: від проектування та розробки до етапу після використання, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352554123002127> [дата звернення 07.05.2024]
26. Схема екологічного менеджменту та аудиту (EMAS), URL: https://green-business.ec.europa.eu/eco-management-and-audit-scheme-emas_en [дата звернення 11.03.2024]
27. Утилізація пластикових відходів упаковки в косметичній промисловості, URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MEQ-03-2022-0053/full/html>, 2023 [дата звернення 17.04.2024]
28. Центр екологічної сертифікації та маркування, URL: <https://www.ecolabel.org.ua/standarti> [дата звернення 26.03.2024]
29. Цілі системи екологічного менеджменту, URL: <https://14000store.com/iso-14000-2015-requirements/iso-14001-2015-goal/>, 2024 [дата звернення 16.03.2024]