

ЗЕЛЕНЕ СПОЖИВАННЯ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ

Чигрин О.Ю., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Сумський державний університет

У статті розглядаються глобальні тренди споживання. Автор обґрунтовує, що сучасні екологічні виклики, такі як зміни клімату, виснаження та деградація природних ресурси, забруднення довкілля, пов'язані в першу чергу зі зростанням багатства та масштабів споживання. В статті систематизовано традиційні маркетингові інструменти, які використовуються для просування «зеленого» споживання.

Ключові слова: забруднення, довкілля, споживання, екологізація, маркетинг, інструменти.

DOI: 10.21272/1817-9215.2018.3-12

ВСТУП

Сучасні тренди зростання населення планети та особливості економічного розвитку є рушійними силами споживання в усьому світі. Прогнозні оцінки свідчать про збереження наявних тенденцій споживання, особливо в Китаї, Індії, Росії, США. За оцінками, до 2050 року населення планети досягне 9 мільярдів, що значною мірою зумовлено зростанням країн, що розвиваються та збільшенням населення країн з меншими доходами на душу населення [1]. Останні дослідження показують, що людство вже перевищує можливості Землі щоб підтримувати відповідний споживачький. Прогнозується, що світовий ВВП зросте на 325% між 2007 і 2050 роками [2]. При цьому, в середньому близько 60% ВВП припадає на долю витрат споживачів товарів та послуг.

Оцінювання тенденцій розвитку провідних країн свідчить про те, що найбільш населені країни Китаю та Індія вже є, також найбільш швидкозростаючими країнами у світі. Так, ВВП Китаю до 2025 року має наблизитися до рівня ВВП США. Очікується, що ВВП Індії буде конкурувати з Японією, а до 2050 року наблизиться до американського. Одночасно з цим до 2050 року прогнозується, що ВВП Мексики, Бразилії, Росії та Індонезії перевищить дохід Великобританії (в даний час шоста за величиною економіка світу). Окрім цього, більшість економік країн, що розвиваються можуть наздогнати Великобританію за показниками ВВП до 2050 року [3]. Стрімкий економічний розвиток обумовлює посилення деградації навколишнього природного середовища, виснаження природних ресурсів, посилення глобальних кліматичних змін. З огляду на це, метою дослідження є визначення ключових орієнтирів у просуванні політики забезпечення «зеленого» споживання у різних секторах та сферах економіки та суспільного життя.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Маркетинговий аналіз глобальних ринкових тенденцій свідчить про появу нового "глобального середнього класу", який характеризується відповідними особливостями споживання. Світові процеси глобалізації та економічної інтеграції надають можливості для більшого доступу споживачів до більшої кількості товарів та послуг.

Світова статистика говорить про те, що чотири мільярди людей в світі заробляють менше 3000 доларів США на рік (що еквівалентно 3,35 долара США на день). При цьому споживачі з низьким рівнем доходу мають загальний рівень витрат в розмірі приблизно 5 трлн дол [4]. Парадоксальним є те, що одночасно з цим, у міру зростання доходів частка витрат на харчування часто зменшується, а частка витрат на житло, телекомунікації та транспорт швидко зростають (таблиця 1).

Окрім цього, зазначимо, що загальне споживання припадає на споживачів з низьким рівнем доходу, питома вага яких становить 95% населення.

Таблиця 1 – Традиції споживання країн з низьким рівнем доходу [4]

	Населення, млн. осіб	Ринкова доля сегменту з низькими доходами, млрд дол	Населення регіону, яке активно споживає, %	Регіональна споживацька активність, %
Азія	2860	3470	83	42
Східна Європа	254	458	64	36
Латинська Америка	360	509	70	28
Африка	486	429	95	71

Таким чином, рівень та структура глобального споживання визначаються значною мірою наступними складовими: швидким зростанням світового населення; зростанням світового багатства (споживачів із середнім рівнем доходу, зростання доходів найбідніших слоїв населення); просуванням та популяризацією культури споживання серед груп з високим рівнем доходу.

Зазначені світові тенденції споживання є драйверами поширення та закріплення глобальних екологічних криз. Так, антропогенному навантаженню підлягають екосистеми Землі, потужними темпами зростає рівень використання матеріальних ресурсів, необхідних для зростання промисловості, загрози підлягають, під постійними зростаючими стресами знаходяться соціальні системи та добробут людини.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Відповідно до оцінки Millennium Ecosystem Assessment (MEA) [5], 60% запасів природних ресурсів знищено або використовуються нераціонально, а покращення екосистемних послуг за останні 50 років в основному стосувалося виробництва продуктів харчування: сільськогосподарських культур, тваринництва та аквакультури. Сучасна практика господарювання забезпечила перетворення майже 30% земної площі Землі, що складається з 2 млрд. га лісів та 1,5 млрд. га лугов, на міські райони або на агровиробничі території. Згідно з підрахунками MEA, з 1970 року майже третина рослин і тварин Землі були втрачені (рис. 1). При цьому, поточні темпи деградації біосфери приблизно у сто разів перевищують показники викопних робіт, а у найближчій перспективі можуть зрости в десятки разів [6].

Сучасні екологічні виклики (зміни клімату, виснаження та деградація природних ресурси, забруднення довкілля) пов'язані з такими основними факторами, як зростання багатства та масштабів споживання. Вирішення цих проблем вимагає інтеграції у суспільні процеси дискусії про цінності, культуру споживання тощо. Актуальним сьогодні є використання поведінкових інструментів, які базуються на стимулюванні змінювати традиції споживання, мотивації переходу екологічно збалансованого та гармонійного споживання.

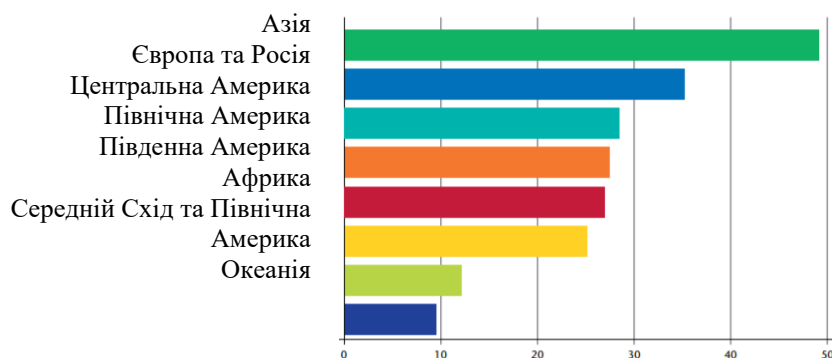


Рисунок 1 – Конверсія природних екосистем у міські території та сільськогосподарські угіддя [5]

З огляду на це, метою дослідження є визначення ключових орієнтирів у просуванні політики забезпечення «зеленого» споживання у різних секторах та сферах економіки та суспільного життя.

Узагальнення та систематизація сучасного досвіду просування «зеленого» споживання дозволили окреслити традиційні інструменти, які використовуються для промоції екологічно орієнтованих принципів споживання. Вони включають наступні групи інструментів:

- поведінкові: спрямовані на зміну поведінки споживачів за допомогою прийомів психології, соціології та культурології. Окремі поведінкові інструменти поведінки відомі як «підштовхування» (натхненні роботами Талера та Сунштейна) [7];

- інформаційно-комунікативні: екологічне маркування, надання додаткової інформації про товар, маркетингова політика щодо екотоварів, пропаганда «зеленого» споживання. Необхідно зазначити, що інформаційні засоби, такі як екомаркування, вимагають кількісної оцінки імпактних наслідків споживання, що дозволяє у майбутньому досліджувати перспективи просування «зелених» товарів, визначати потенціальні напрямки їх вдосконалення, готуючи тим самим підґрунтя для інших способів просування та підвищуючи їх сприйняття на ринку;

- економічні: використовуються як ключові при впливі на людину, її вибір, оскільки ціна товару, якість та дохід часто є визначним фактором для прийняття рішень про купівлю (наприклад, французька система "бонус/малус" для екологічно чистих автомобілів призвела до зростання на 30% придбання автомобілів з економією палива в 2007 році, 45% у 2008 році та 56% у 2009 році) [8]. Економічні інструменти використовуються для введення цінових сигналів та можуть бути використані для імплементації витрат на забруднення до ціни на продукцію. При цьому регресивні наслідки підвищення цін на екотовари можна пом'якшувати за допомогою надання домогосподарствам (окремим особам) відповідних пільг (тимчасових або постійних) при оподаткуванні.

- регулятивні інструменти: значною мірою мають заборонний характер (наприклад, в США ефективно використовують заборони на пластикові пакети).

Зауважимо, що комплекс інструментів просування екологічно орієнтованого споживання доцільно певною мірою диференціювати у відповідності до сфер «зеленого» споживання, які включають наступні галузі [9]:

- міський транспорт;
- авіа перевезення;
- інфраструктура житлового комплексу;
- побутове споживання енергії;
- побутове споживання води;
- споживання продуктів харчування;
- споживання одягу (текстилю);
- туризм;
- діяльність громад.

Використання певних інструментів просування екологічно орієнтованого споживання потребує визначення особливостей кожної сфери їх застосування. Зупинимось коротко на кожній з них.

Міський транспорт. Сучасний розвиток транспорту характеризується масштабним впливом на навколишнє середовище, особливо в частині викидів парникових газів. Очікуване зростання транспортних засобів до 2030 року буде також обумовлювати зростання використання пов'язаних з цим енергоносіїв. Окрім цього розвинуті країни зосереджуються на технологічних удосконаленнях, а не на перерозподілі транспортних потоків. Актуальним є також приведення у відповідність транспортної інфраструктури до сучасних екологічних та соціальних потреб [10].

Авіа перевезення. Є основним забруднювачем з точки зору викидів парникових газів, при цьому прогнозується значне зростання авіаперевезень. В той же час ЄС, в першу чергу, зосереджувався на ринкових інструментах регулювання та інноваціях

(наприклад, спільна ініціатива ЄС "Чисте небо"), а не впливає на поведінку споживачів [10]. Окрім цього, актуальними є системні міжнародні заходи, що обмежують авіаперевезення, формують та просувають ініціативи у цьому напрямку.

Інфраструктура житлового комплексу. Здійснює значний вплив на навколишнє середовище, особливо за рахунок використання енергії, матеріалів, споживання води, земельних ресурсів. Одночасно з цим, за прогнозами зростання попиту на житлову площу на людину зберігається до 2020 року [11]. Відсутня політика промоції щодо зміни потреб споживачів.

Побутове споживання енергії. Зростання впливу середнього класу на навколишнє середовище за рахунок підвищеного попиту на комунальні прилади (персональні комп'ютери, мобільні телефони). Інструменти регуляції ЄС зосереджені на виробниках, а використання добровільних інформаційних засобів не є широко розповсюдженим та має обмежений ефект [12]. Актуальним є прогнозування кількості та типу споживаних приладів, зміна схем їх використання, покращення еко-дизайну, обмеження продажу неефективних товарів та стимулювання закупівлі енергоефективних пристроїв.

Побутове споживання води. При дефіциті води одночасно зберігається тенденція зростання споживання води малими домогосподарствами. Спостерігається орієнтація на покращення якості води, необхідність задоволення попиту [12]. Необхідність підвищення рівня обізнаності споживачів, удосконалення технічних характеристик систем водопостачання, управління попитом на воду.

Споживання продуктів харчування. Значний вплив на навколишнє середовище, особливо від споживання м'яса та молочних продуктів. В ЄС зберігається тенденція збільшення імпорту продуктів харчування. Основна увага ЄС зосереджена на виробництві, підвищенні якості, при цьому споживання обмежується м'якими заходами, такими як освіта та підвищення обізнаності. Спостерігається небажання політиків та виробників розривати ланцюги поставок продовольчій галузі [13].

Споживання одягу (текстилю). Значний вплив на навколишнє середовище, посилений зростанням рівнем споживання. ЄС зосереджується на фазі виробництва, проте більшість текстильних виробів імпортується, таким чином, регулювання політики споживання є обмеженим. Актуальним є вплив на поведінку споживачів.

Туризм. Значний вплив на навколишнє середовище у всьому світі. Останні десятиріччя швидко зростає експериментальний туризм, який включає екотуризм, сільський та громадський туризм. Політика країн ЄС зосереджується на добровільних та інформаційних ініціативах, хоча є потреба розв'язання соціальних проблем та проблем відсутності ресурсів, забезпечення інфраструктурою [14]. Постає необхідність враховувати «спроможність» туристичних районів щодо відвідування та його впливу при розробці відповідних туристичних ініціатив.

Діяльність громад. Дієвим є залучення громад до проблем екологізації споживання шляхом імплементації екологічних цінностей та сталих норм споживання.

ВИСНОВКИ

Популяризація та просування «зеленого» споживання повинна бути системним та цілісним підходом до запобігання розповсюдження глобальної деструктивної культури споживання. Реалізація відповідних заходів повинна включати наступні складові: активне сприяння зеленій фіскальній реформі в більш широкому діапазоні секторів; створення централізованої системи інформації про екологічну продукцію для підтримки галузевих та регіональних ініціатив у процесі переходу, керування інвестиціями та забезпечення безпечного вибору споживачів; забезпечення фінансування для просування порядку денного сталого споживання, включаючи відповідні наукові дослідження та передові ініціативи; дослідження кращих практик та їх масштабування на різних рівнях управління; розширення зелених закупівель товарів та поступова трансформація керівних принципів у обов'язкові вимоги;

SUMMARY

The article examines global consumption trends. The author argues that the current environmental challenges, such as climate change, depletion and degradation of natural resources, environmental pollution, are primarily related to the growth of wealth and consumption. The article systematizes traditional marketing tools used to promote green consumption.

Keywords: *pollution, environment, consumption, greening, marketing, tools.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економічний прогноз «Світ у 2050 році» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.pwc.com/ua/uk/press-room/2015/the-world-in-2050.html>
2. Price water house Coopers, from World Bank Source data, 2008.
3. Financial Times, “Boom time for the global bourgeoisie”, July 15, 2008
4. The next 4 billion. Market size and business strategy at the base of the pyramid. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://documents.worldbank.org/curated/en/779321468175731439/pdf/391270Next040billion.pdf>
5. Ecosystems and Human Well-being: Biodiversity Synthesis. World Resources Institute. Washington. 2005
6. World Bank/WRI, Millennium Ecosystem Assessment, 2005.
7. Richard Thaler, Cass Sunstein, Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness, New Haven, Yale University Press, 2008
8. Öko-Institut (and partners) Policies to Promote Sustainable Consumption Patterns (EUPOPP), 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.europop.net/publications.htm
9. Tripathi A., Singh M.P. Determinants of sustainable/green consumption: a review’, Int. J. Environmental Technology and Management, 2016, Vol. 19, №3/4, pp.316–358.
10. Gartner, 37. Green IT: A New Industry Shock Wave, 2007.
11. Valant J. Consumer protection in the EU - Policy overview. PE 565.904, EPRS (European Parliamentary Research Service), 2015, Brussels
12. Tecchio P., McAlister C., Mathieux F., Ardente F. In search of standards to support circularity in product policies: A systematic approach. Journal of Cleaner Production. 2017. № 168, P. 1533-1546.
13. Stenmarck A., Colin F., Burgos S., Gheoldus M., Cummins A. Food waste prevention and valorisation: relevant EU policy areas. 2018. Report of the REFRESH Project, D3.3 Review of EU policy areas with relevant impact on food waste prevention and valorization., Wageningen.
14. Plepys A., Heiskanen E., Mont O. European policy approaches to promote servicizing. Journal of Cleaner Production. 2018. № 97, 117-123.