

## СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

**Агаєв А. Н.**

аспірант кафедри економіки природокористування

**Дем'яненко С. Г.**

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки природокористування

*Одеський державний екологічний університет*

*м. Одеса, Україна*

### ЕКОЛОГІЗАЦІЯ СПОЖИВАННЯ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Негативний вплив на навколишнє середовище як регіону так і країни в цілому пов'язаний не тільки з господарською діяльністю. Величезне число негативних екологічних зовнішніх ефектів виникає також в процесі споживання. У зв'язку з цим виникає необхідність вирішення проблем не тільки екологізації виробництва, а й споживання. Об'єктом уваги стає вплив способу життя на навколишнє середовище. При цьому поступово відбувається зміна цінностей і викликана нею переорієнтація поведінки людей в сторону урахування екологічного фактору в повсякденному житті.

Основні напрями за якими може здійснюватися екологізація споживання з метою нівелювання негативного впливу на навколишнє середовище – це [1, с. 148]:

- перевага довговічних товарів;
- спільне використання товарів;
- перевага товарів, які не потребують перевезень на великі відстані;
- відмова від зайвих послуг;
- мінімізація твердих побутових відходів;
- перевага «екологічно чистих» товарів;
- раціоналізація споживання енергії.

Збільшення строку використання товарів сприяє зменшенню техногенного впливу на навколишнє середовище, що може супроводжувати процес виробництва цих товарів, процес їх використання та розміщення відходів.

Але цей напрям дещо конфліктує з існуючим тенденціям. Підвищення довговічності строку служби товарів суперечить стимулюванню сукупного попиту, що є метою макроекономічної політики будь-якої держави. Крім того, це стає перешкодою розвитку НТП та постійному поліпшенню технічних характеристик товарів.

У західних країнах в останні роки розповсюдження набуває стратегія спільного використання товарів, що базується на ідеї про те, що для споживача важливі не товари як такі, а послуги, які вони забезпечують. наприклад, не автомобіль сам по собі, а можливість долати великі відстані за короткий час; не пральна машина як така, а можливість носити чистий одяг. У зв'язку з цим грамотна організація спільного використання автомобілів, пральних машин та інших товарів, виробництво або споживання яких пов'язане із значним негативним

впливом на навколишнє середовище, дозволить не тільки нівелювати негативний екологічний вплив, а й не зменшити при цьому корисність для споживачів.

Ця стратегія реалізується, наприклад, створенням автоматичних пралень для великих будинків, гуртожитків. Крім того, набуває поширення практика спільного володіння автомобілями, оренда велосипедів.

Перевага товарів, що не потребують перевезення на великі відстані не лише знижує транспортні витрати та кінцеву ціну товару, а й сприяє екологізації споживання – зменшуючи екологічний слід, пов'язаний із транспортуванням.

Екологізація споживання також може виражатися в тому, що споживачі відмовляються від зайвих послуг, пов'язаних із додатковим навантаженням на навколишнє середовище. Також споживачі можуть відмовлятися від товарів одноразового споживання, надлишкової упаковки при купівлі товарів, особливо тієї, що погано піддається переробці [2, с. 300].

Широке розповсюдження набуває поняття «екологічно чисті товари». Під цим слід розуміти слід не тільки ті товари, які є безпечними для здоров'я, але і товари, виробництво, споживання і утилізація яких не пов'язані зі значним екологічним навантаженням.

Популяризація екологізації споживання повинна супроводжувати весь життєвий цикл товарів. На цьому повинні концентрувати увагу і виробники, і посередники (роздрібна торгівля), і споживачі [3, с. 355].

Ціноутворення є одним з найбільш ефективних механізмів екологізації споживання. В даний час екологічно чисті продукти коштують дорожче звичайних продуктів. але в випадку включення екологічних витрат в ціну товарів співвідношення може змінитися, і більш дорогими стануть товари, що не відповідають нормам екологічної безпеки. Навіть якщо це не відбудеться у найближчий час, процес екологізації буде розвиватися та набувати нових форм, тому що зростає стурбованість населення екологічними проблемами: проблемами забруднення повітря, водних ресурсів, утворення та розміщення відходів.

Сьогодні спостерігається позитивна тенденція до підвищення якості споживчої продукції, посилився державний контроль, коригується нормативно-правова база. Це пов'язано із державною політикою євроінтеграції, необхідністю зміни деяких стандартів, отриманням відповідних сертифікатів якості для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на європейському ринку. Та й сам виробник все більше починає акцентувати увагу на якості продукції, що випускається, її безпеки, адже в даний час саме на це споживач дивиться в першу чергу.

Якщо поглянути на Європу, ми побачимо, що цей період давно пройдений, і зараз в будь-якій європейській країні одним з головних факторів є екологічна безпека продукції. Під терміном «Екологічна безпека» відповідно до товарів споживання розуміється [1, с. 149]: відсутність в готовому продукті шкідливих, ненатуральних і інших речовин, що впливають на людський організм; безпека вилучення/використання сировинних ресурсів для людини і навколишнього середовища; мінімум негативного впливу на навколишнє середовище на всіх етапах виробництва продукції; утилізація або рециклінг відходів і упаковки.

У розвинених європейських країнах люди вже усвідомили, що запорука здоров'я і сприятливого середовища життєдіяльності – це чисте довкілля. Споживач намагається сприяти поліпшенню якості середовища проживання через вибір продукції, виробництво якої завдає мінімальної шкоди навколишньому середовищу, що в свою чергу приводить до того, що виробник прагне до підвищення рівня екологічної безпеки свого виробництва та продукції.

Крім того, підприємства, які знаходять ефективні засоби зменшення забруднення навколишнього природного середовища, зниження кількості відходів, а також економії енергії, можуть суттєво зекономити фінансові витрати і, таким чином, підвищити свою конкурентоспроможність. У таких сферах виробництва, як ефективне енергоспоживання, скорочення викидів і скидів, вторинне використання відходів, мінімізація споживання сировини матеріалів тощо, є низка можливостей до організації екологічно чистішого виробництва.

З огляду на сучасні вітчизняні реалії, українські виробники повинні орієнтувати свою діяльність на задоволення екологічних потреб покупців та підвищувати конкурентоздатність продукції за допомогою екологічного аудиту. Екологічно безпечна продукція може отримати важливу перевагу порівняно з продукцією конкурентів, які не надають належної уваги екологічним питанням, особливо при невеликій різниці цін.

Можна з упевненістю сказати, що виробник, що зуміє використати екологізацію споживання переваг, найближчим часом стане сильним, конкурентоспроможним учасником ринку та буде забезпечувати зменшення екстерналій на рівні регіону та країни в цілому.

### **Література:**

1. Гришанова С.В., Татарінова М.Н. Проблемы экологизации потребления и экологическая маркировка продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. – Вып. № 9(107). – С. 147-152.
2. Шунтова С.Г. Экономико-экологическая оценка развития индустрии тары и упаковки для пищевой продукции // Труды Одесского политехнического университета. – 2005. – Вып. 1(23) – С. 299-302.
3. Шунтова С.Г. Економічне стимулювання екологізації продовольчого комплексу // Науковий вісник УкрДЛТУ: Екологізація економіки як інструмент сталого розвитку в умовах конкурентного середовища. – Львів: УкрДЛТУ. – 2005. – Вип. 15.6. – С. 353-357.