

УДК 330.5:339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-93-5>

Чала В. С.

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

МОДЕЛІ ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ У РОЗБУДОВІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОСИСТЕМИ

В статті наголошується на неухильному нарощуванні масштабів глобального споживання та відповідному протиріччі між невпинно зростаючими потребами світових споживачів та нездатністю наявних ресурсів їх задовольнити. Автор доводить, що зазначена суперечність може бути ефективно розв'язана виключно на основі екологізації суспільного споживання та масового впровадження у споживчі відносини моделей відповідального споживання. В статті характеризуються основні існуючі моделі відповідального споживання. Перш за все автор відзначає дедалі більшу орієнтацію сукупного світового споживача на спільне (колективне) споживання благ, становлення та розвиток «шерингової економіки». В якості іншої моделі відповідального споживання проаналізовані практики мінімізації споживачами твердих побутових відходів та їх перехід до сортування сміття і роздільного методу його утилізації. Доведено особливе значення розвитку такої моделі відповідального споживання як дедалі більшої орієнтації економічних суб'єктів на споживання екологічно чистих товарів і здорової їжі. Зроблено оцінку таких тенденцій. У комплексній характеристиці моделей відповідального споживання автор робить акцент на такому напрямі як відмова споживачів від одноразової упаковки придбаних товарів на користь економічних її варіантів, а також багаторазового й екологічного пакування. В статті також аналізується тенденція переходу світового виробництва до екологічної упаковки. Автор робить оцінку тенденції споживання товарів тривалого користування в якості ще однієї ефективної моделі відповідального споживання.

Ключові слова: глобальне споживання; брак ресурсів; екологізація споживчої поведінки; моделі відповідального споживання; глобальна зелена екосистема.

Постановка проблеми. Як завершальна стадія всезагального процесу відтворення суспільного продукту та одна з ключових форм економічної і соціальної діяльності, сфера споживання у своєму концентрованому вигляді не тільки відбиває багатоманітну «палітру» суспільних відносин, сформованих на усіх попередніх етапах відтворювального процесу (виробництва, розподілу та обміну), але й справляє потужний вплив на поведінку економічних акторів на усіх його стадіях. І якщо індустріальна епоха світогосподарського розвитку базувалась на приматі виробництва з безумовним домінуванням товарного фетишизму і відчуження праці як інституційного й ідеологічного базису капіталістичної ринкової системи; то за умов постіндустріалізації глобального економічного розвитку усі ми є свідками небаченого нарощування масштабів споживання, його динамічної диверсифікації і структуризації. В цих умовах відчутно проявляє себе тенденція відповідального споживання, його екологізація. Нова споживча поведінка економічних акторів, розширення форм її реалізації, а також ускладнення споживчих об'єктів і предметів докорінно трансформують роль і функції споживання в економічній системі світового суспільства і тому як актуальна науково-практична проблематика вимагають окремого дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню особливостей відтворювальних процесів сучасної глобальної економіки, структурних змін кінцевого споживання як однієї із стадій відтворення, специфічної споживчої поведінки економічних акторів в умовах глобалізації присвячені праці таких науковців, як А. Салькова [18], В. Фрей [4], М. Налді [5], М. Меріман, Х. Робертсон [15], О. Білорус [2], О. Корольчук [23], Р. Кауфман, С. Боніні [12], С. Авруцька [24]. Водночас такі науково-практичні проблеми, як виявлення детермінант змін споживчих відносин в глобальній економіці, особливостей реалізації моделей відповідального споживання, проявів його екологізації, гуманізації тощо, потребують додаткового дослідження.

Метою статті є аналіз змін споживчої поведінки в останні десятиліття розвитку глобальної економіки, виявлення ролі відповідального споживання, його екологізації, в глобальних відтворювальних процесах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий приріст вартісних обсягів багатства домогосподарств в усіх без виключення регіонах світу об'єктивно призводить як до неухильного нарощування масштабів глобального споживання товарів і послуг, так і диверсифікації його продуктової структури. Достатньо сказати, що у період 1970–2020 рр. глобальний обсяг витрат на кінцеве споживання домогосподарств збільшився з 2,2 до майже 62 трлн дол. США [1]. Станом на 2020 р. воно становило за групою країн з високим доходом 41,1 трлн дол. США; з середнім доходом – 20,2 трлн; з низьким і середнім доходом – 20,6 трлн; з низьким доходом – 407,9 млрд (табл. 1).

Найбільш красномовно фундаментальний тренд нарощування масштабів споживання виявляється у Сполучених Штатах Америки, де упродовж 1970–2019 рр. сукупні витрати на кінцеве споживання домогосподарств зросли більш ніж у 22 рази – з 646,7 млрд до 14,5 трлн дол. США; а у розрахунку на одну особу – з 14,4 до 38,6 тис дол. Це вже спричинило, на авторитетну думку вітчизняного ученого О. Білоруса, першу нециклічну кризу глобального капіталізму, головним драйвером якої є «нарощування платоспроможного споживчого та інвестиційного попиту у США, доведення до крайньої межі системи монопольної експлуатації світу через механізми штучного попиту, роздування потреб, надспоживання матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів» [2, с. 5–6]. Слід констатувати розбудову гіпертрофованого глобального суспільства споживання, яке базується на поширенні споживчих моделей консюмеризму.

На цьому тлі слід зазначити, що саме у сфері споживання, як в жодній іншій, сьогодні спостерігається надпотужний вплив механізмів соціальної структуризації суспільства, котрі з усією очевидністю «оголюють» усі нагромаджені тут економічні супер-

Таблиця 1

**Витрати на кінцеве споживання домогосподарств
за окремими регіонами і країновими групами у 2020 р., млрд дол. США**

Країнова група	Витрати	Регіон	Витрати
Країни з високим доходом	41068,3	Північна Америка	18442,8
Країни з середнім доходом	20213,2	ОЕСР	40581,7
Країни з доходом вище середнього рівня	14601,1	Центральна Європа і Балтійський регіон	1242,4
Країни з доходом нижче середнього рівня	5612,3	Латинська Америка і Карибський басейн	3817,1
Країни з низьким і середнім доходом	20595,3	Середній Схід і Північна Африка	2267,9
Країни з низьким доходом	407,9	Східна Азія і АТР	16923,9
		Євразія	9680,9
		Європа і Центральна Азія	16528,8
		Європейський Союз	11344,0
		Світ	61884,4

Джерело: побудовано автором за даними [1]

ечності, деформації, асиметрії та характер соціально-економічних відносин. Йдеться насамперед про глибоку асинхронність споживчих циклів середнього споживача та циклів речовинного кругообігу середнього біогеоценозу, що справляє у край негативний вплив на довкілля. Поряд з наростанням внутрішньо- і міждержавних асиметрій соціально-економічного розвитку та поляризацією кількісних і структурних показників споживання, одним з найбільш антагоністичних «вузлів» економічних суперечностей, що сформувались в останні десятиліття у сфері глобальних споживчих відносин, є протиріччя між невідповідними зростаючими потребами світових споживачів та нездатністю наявних ресурсів їх задовольнити.

Зазначена суперечність може бути ефективно розв'язана, на нашу думку, виключно на основі екологізації суспільного споживання та масового впровадження у споживчі відносини моделей відповідального споживання як механізму нівелювання негативних екологічних екстерналій. Цілком природно, що досягнення цієї стратегічної мети лежить у площині дедалі більшої орієнтації світових споживачів на природо- та ресурсоощадне споживання, дбайливе ставлення до довкілля, свідоме зменшення відходів власного споживання, відмову від купівлі екологонебезпечних товарів тощо. При цьому загальносвітове поширення моделей відповідального споживання передбачає обов'язкове врахування не тільки соціально-економічних, політичних, фінансових та технологічних факторів формування сукупного споживчого попиту, але й системи етичних, естетичних, антропологічних, культурологічних і філософських чинників, котрі визначатимуть масштаби і структуру споживання, а також загальний характер споживчої поведінки з точки зору ураховання її екологічного компонента.

Зауважимо, що молоде покоління Z і мілленіали виявляють чітко виражену прихильність до споживчих товарів і бізнес-структур, котрі демонструють відданість принципам сталості. Зокрема, близько 60% молодих людей не орієнтовані на купівлю автомобіля, 50% – житла, 50% – брендів речей; а 75% – обліковують свої доходи і витрати, що перетворює дану соціальну групу глобального суспільства на найбільш ощадне, а згодом і найбагатше покоління в історії людства [3, с. 40]. З урахуванням же майже 50%-ї частки представників зазначених груп молодих людей у загальній кількості світового населення [4] та їх високої стурбованості глобальними проблемами зміни клімату та забруднення довкілля, можна спрогнозувати подальше посилення дії загальносвітового тренду екологізації системи споживчих відносин.

Конкретизуємо ключові характеристики моделей відповідального споживання. Насамперед слід відзначити *дедалі більшу орієнтацію сукупного світового споживача на спільне (колективне) споживання благ, становлення та розвиток «шерингової економіки»*. Феномен шерингової економіки базується на інституті довіри між учасниками обмінних процесів та репрезентує високоефективну й базовану на цифрових технологіях комунікаційну платформу взаємодії між економічними акторами з приводу безкоштовного надання у користування ресурсів чи спільного споживання різного роду матеріальних благ на основі їх обміну чи оренди. Зазначимо, що в організаційному режимі економіки спільного споживання вже сьогодні функціонує 28% компаній сфери медіа і розваг, 20% – розміщення й індустрії гостинності, 19% – транспортного сектору, 19% – роздрібною торгівлі і споживчих товарів, 14% – сфери послуг, 11% – фінансового сектору і 10% – оренди техніки [5].

Формування моделі відповідального споживання у форматі шерингової економіки відбувається не за рахунок скорочення його обсягів та спеціфікації прав власності, а завдяки споживчій мобільності, максимізації корисності товарів і послуг, їх споживанню у міру виникнення потреби, розширенню доступу зовнішніх споживачів до невикористовуваних активів, а також оптимізації масштабів споживання. У такий спосіб у споживачів втрачається орієнтація на постійну купівлю усе нових і нових товарів, а отже – не нагромаджуються непотрібні надлишки товарної маси способом надання до них доступу усім зацікавленим суб'єктам.

У комплексній характеристиці стратегічних напрямів розбудови глобальної моделі відповідального споживання на особливу увагу заслуговують також чинні у системі споживчих відносин розвинутих країн світу практики *мінімізації споживачами твердих побутових відходів та їх перехід до сортування сміття і роздільного методу його утилізації*. У даному контексті наголосимо, що запрокуємо високої екологічності діючих у зазначених країнах систем поводження з відходами є їх сортування ще на початкових стадіях утилізації (тобто, поблизу з житловими будинками), що дає змогу максимально спростити і здешевити даний доволі складний у технологічному плані процес. Наприклад, у Швеції домогосподарства здійснюють роздільне збирання паперу, пластику, харчових продуктів, електричних приладів, лампочок, батарейок, металічних виробів та скла. Зібране сміття далі йде на переробку, переплавлення, повторне застосування, або на виготовлення матеріалів, добрив та біогазу. При цьому

небезпечні відходи, електроніка та хімічні речовини збираються спеціальним транспортом, а об'ємне сміття вивозиться самими шведами на околиці міст до спеціальних утилізаційних центрів [6; 7].

Своєю чергою, у Німеччині роздільний метод утилізації побутових відходів було запроваджено ще у далекому 1991 р. у рамках реалізації загальнодержавної програми під назвою «*Duales System Deutschland GmbH*». Результатом тридцятирічного періоду її імплементації є те, що нині до 90% усіх німецьких домогосподарств здійснюють роздільне збирання сміття при тому, що жодних санкцій у випадку недотримання його правил чинним законодавством не передбачено. При цьому кожен житель Німеччини щороку отримує спеціальний лист з детальним інформуванням щодо місць розміщення твердих побутових відходів та днів вивезення кожного виду сміття. Циркулярний характер поводження з твердими відходами у Німеччині виявляється також у передаванні утвореної від спалювання сміття пари на електростанції, що довело частку виробленої у такий спосіб енергії в одному тільки Берліні до 12% загальних потреб німецьких домогосподарств [8, с. 621, 622].

Ще один глобальний лідер впровадження моделей відповідального споживання способом утилізації і переробки сміття – це Швейцарія, де під впливом понад дворазового збільшення обсягів побутових відходів за останні п'ятдесят років було створено дуже складні системи його вторинного перероблення. Відмовившись від сміттьових полігонів ще на початку 2000-х років, Швейцарія добилась того, що нині понад 50% усього сміття спрямовується на переробку, а решта спалюється з передаванням утвореної теплової енергії на обігрів будинків і генерацію електричної енергії. Держава посідає на теперішній час лідерські позиції у світі за показниками перероблення паперу у нову паперову продукцію (60%) та вторинного використання скляної тари (90%), пластикових пляшок (82%), а також жерстяних і алюмінієвих пляшок [9]. Водночас роздільна задача PET-пляшок, старих електричних приладів, побутової техніки, ламп денного освітлення, консервних банок, залишків рослинного і машинного масла, будівельного та іншого сміття дає змогу забезпечити високу екологічність процесу утилізації побутових відходів.

З наведених у табл. 2 даних можна зробити висновок про те, що в цілому країни Європейського Союзу упродовж 1995–2020 рр. демонструють значне збільшення обсягів утилізації відходів способом перероблення матеріалів (з 23 до 67 млн тонн, або з 11,6 до 29,8% загального обсягу утилізації)

та компостування (з 14 до 40 млн тонн та з 7,1 до 17,8%) на тлі дворазового падіння обсягів утилізації на сміттєзвалищах (з 121 до 52 млн тонн та з 61,1 до 23,1% відповідно).

Подібний тренд засвідчує не тільки значне підвищення рівня «озеленення» системи поводження з відходами у державах даного інтеграційного угруповання, але й величезний економічний і соціальний ефект реалізовуваних заходів. Підтвердженням цього є, зокрема, розрахунки програми *Waste to Wealth* американської некомерційної організації *Institute for Local Self-Reliance*, згідно яких сортування і перероблення сміття у розрахунок на одну тону забезпечує удесятеро більше робочих місць з високим рівнем оплати праці порівняно з сміттєзвалищами чи спалюванням відходів. Наприклад, на сектор перероблення паперової сировини та виробництва пластмасових виробів на випуск однієї тони продукції припадає у 60 разів більше робочих місць порівняно зі сміттєвими полігонами [10, с. 49, 50].

У розбудові зеленої екосистеми на засадах відповідального споживання важко переоцінити значення і такого інструменту як дедалі більша *орієнтація економічних суб'єктів на споживання екологічно чистих товарів і здорової їжі*. Так, саме завдяки пропагуванню здорового способу життя в останні десятиліття у світових споживачів активно розвивається культура купівлі даної групи продукції. Звернімося до цифр: згідно дослідження Центру сталого бізнесу Нью-Йоркського університету Стерна у період 2013–2018 рр. кількість продуктів, проданих як екологічні, зросла у 5,6 рази швидше, порівняно з неекологічною товарною групою [12]. Капіталізація глобального ринку низьковуглецевих екологічних товарів і послуг оцінюється нині у 4,2 трлн дол. США [13]; а ринку екологічно чистих меблів – 35,2 млрд дол. США у 2019 р. з прогнозованим зростанням до понад 50 млрд у 2027 р. [14]. Згідно ж нещодавно проведеного фахівцями *Economist Intelligence Unit* на замовлення Всесвітнього фонду дикої природи звіту, популярність інтернет-пошуку екологічно чистих товарів лише за останні п'ять років зросла на 71%, не спадаючи навіть у період пандемії COVID-19 [12]. Поряд зі зміною споживчої поведінки у бік нарощування обсягів споживання екологічно чистої продукції і їжі йде наступний, більш високий рівень відповідального споживання, а саме: надання переваги купівлі тих товарів і послуг, котрі вироблені екологічно орієнтованими компаніями. Так, за умов величезного надлишку товарів, представлених на глобальному ринку, та їх глибокої диференціації

Таблиця 2

Методи утилізації відходів у країнах Європейського Союзу

Методи утилізації	1995	2000	2005	2010	2015	2020	Зміна за 1995–2020 рр., %
<i>млн тон</i>							
Сміттєзвалища	121	112	88	79	57	52	-58
Спалювання сміття	30	36	45	53	57	61	105
Перероблення матеріалів	23	38	46	55	63	67	192
Компостування	14	23	26	29	33	40	186
Інші	10	11	16	6	4	5	-50
<i>кг на одну особу</i>							
Сміттєзвалища	286	262	202	178	127	115	-60
Спалювання сміття	70	84	103	121	128	137	97
Перероблення матеріалів	54	87	105	125	141	151	177
Компостування	33	53	59	66	75	90	171
Інші	23	27	37	13	9	11	-52

Джерело: побудовано автором за даними [11]

на вибір споживачами того чи іншого бренду впливають як цінові, так і нецінові чинники. З-поміж останніх ключову роль відіграють ділова репутація компаній-виробників та декларовані ними цінності, що вже спонукало цілу низку глобальних брендів активізувати свої дії з власного позиціонування як екологічно орієнтованих компаній. Наприклад, ще у 2009 р. корпорація Херох повідомила про заощадження близько 400 млн дол. США, а компанія Zara – 500 млн євро від екодизайну своїх продуктів, який мінімізував вплив на довкілля протягом життєвого циклу вироблених товарів. Своєю чергою, корпорація Ріта заявила, що 94% впливу виробленої нею продукції на довкілля відбувається вздовж усіх ланок постачальницьких ланцюгів [13].

Що ж стосується світових споживачів, то згідно нещодавнього дослідження фахівців ЕУ, проведеного за результатами оцінки впливу пандемії COVID-19 на глобальну систему споживчих відносин, щонайменше 50% споживачів по усьому світу упродовж найближчих років чимраз більшу увагу звертатимуть на питання впливу продуктів свого споживання на суспільство [15]. Нині 95% американців у віці від 25 до 40 років, згідно проведеного опитування, у своїх інвестиційних капіталовкладеннях орієнтуються на ті сфери бізнесової діяльності, котрі здатні покращити екологічний стан довкілля [3, с. 40].

При цьому не можна випускати з уваги ще одну важливу обставину: зростаючі з року в рік вимоги світових споживачів до екологічних характеристик пропонованої на ринку продукції актуалізує для усіх учасників міжнародних торговельних операцій питання, пов'язані з екологізацією виробничо-збутової, інвестиційно-кредитної, фінансової і маркетингової діяльності. Це вимагає насамперед докорінної перебудови діючих систем взаємодії з постачальниками напівфабрикатів, сировинних і матеріальних ресурсів на предмет їх відповідності встановленим екологічним стандартам тощо, спричиняючи одночасно певне підвищення споживчих цін на екологічно чисту продукцію.

У комплексній характеристиці інструментарію розбудови у глобальних координатах моделі відповідального споживання на особливу увагу заслуговує і такий напрям як *відмова споживачів від одноразової упаковки придбаних товарів на користь екологічних її варіантів, а також багаторазового й екологічного пакування*. Йдеться насамперед про відмову купувати розфасовані продукти та повторно використання паперових і пластикових пакетів і банок, яке не тільки стимулює перехід споживачів до більш ощадного споживання, але й заохочує самих виробників продукувати якомога міцніші й довговічніші товари, здатні слугувати більшу кількість циклів. Як засвідчує Біла книга *Grocer Vision* та результати досліджень фахівців *PwC*, близько 33% споживачів вже сьогодні готові кардинально змінити своє прихильне відношення до бренду за умов невідповідності упаковки його товарів сталому розвитку. При цьому споживачі, будучи обізнаними щодо загрози пластикової одноразової упаковки для довкілля, дедалі більшою мірою вимагають від виробників екологічно безпечних пакувальних матеріалів, зниження емісії парникових газів, зменшення кількості і ваги упаковки, а також надання можливостей її переробки та мінімізації використання води й енергії при виробництві пакувальних матеріалів. Це вже призвело, зокрема, до динамічного розвитку глобального ринку екологічно чистої харчової упаковки, капіталізація якого становила у 2021 р. 196,3 млрд дол. США, а до 2026 р. досягне відмітки у 280,1 млрд за щорічного темпу приросту на рівні 7,3% [16].

Про виключну важливість відповідального ставлення споживачів до питання упаковки придбаних товарів свідчить, зокрема, той факт, що на сьогоднішній день її частка у загальному обсязі утворених твердих побутових відходів у Європі становить 36%, а світова економіка щорічно втрачає від 80 до 120 млрд дол. США на пакувальних матеріалах, придатних до повторного використання чи перероблення [17, с. 8]. Нині не більше 21% пластикового сміття переробляється чи утилізується, решта ж 79% нагромаджується на сміттезалищах і у навколишньому середовищі [18]. При цьому близько 3% щорічно виробленого у світі пластика (а це 8-12 млн тон) потрапляє у світовий океан і лише у 2020 р., згідно розрахунків фахівців *Oceans Asia*, його пластикове забруднення додатково зросло ще на 4-6 тис тонн. Щорічно пластик вбиває близько 100 тис морських ссавців і черепах та понад 1 млн морських птахів [19], масштаби ж знищення риби, безхребетних та інших тварин годі й рахувати. Таким чином, зменшення відходів в упаковці придбаних товарів дає змогу не допустити надмірного вичерпання ресурсів та засмічення, а також суттєво зменшити обсяги споживання енергії, утворення відходів та емісії парникових газів.

Що ж стосується багаторазового пакування, то воно, як свідчить сучасна господарська практика, забезпечує уникнення емісії парникових газів, пов'язаних з виробництвом нових видів одноразової упаковки. При цьому загальний обсяг викидів CO₂ напряму залежить від ваги пакування, способу його транспортування і транспортної відстані [17, с. 51]. Наприклад, за умов повторного використання скляних пляшок скорочення викидів CO₂ становить біля 40% вже після другого циклу їх використання. Порівняно з впливом виробництва звичайної скляної пляшки об'ємом 1 літр на емісію парникових газів, найбільший вплив на зменшення викидів у розрахунку на одну функціональну одиницю справляє повторне використання склотари.

Далі за рівнем ефективності йдуть варіанти полегшення ваги багаторазових пляшок та повторне використання склотари звичайної ваги. Водночас полегшення ваги звичайних пляшок і пляшок об'ємом 1 літр демонструють значно нижчий рівень ефективності щодо зменшення викидів парникових газів, що засвідчує беззаперечні переваги повторного використання склотари в якості стратегічно важливого напрямку розбудови моделі відповідального споживання.

У контексті розбудови у глобальних координатах моделі відповідального споживання окремої уваги заслуговує також *перехід світового виробництва до екологічної упаковки, який пов'язаний із впровадженням системи розширеної відповідальності виробників*. Вона представляє собою напрям національних екологічних політик різних країн, пов'язаний з реалізацією комплексу організаційно-економічних, фінансових й адміністративних заходів щодо покладення на виробників продукції відповідальності за післяпродажний етап її життєвого циклу. Інакше кажучи, розширена відповідальність виробників передбачає їх відповідальність не лише за дизайн, виробництво і ринковий збут виготовлених товарів, але й за безпечне поводження з відходами їх упаковки упродовж усього життєвого циклу продукції. Зазначені заходи унормовані відповідними нормативно-правовими актами і стосуються систем обігу, збирання та утилізації використаних пакувальних матеріалів і товарів із закінченим терміном використання [20, с. 82].

Маємо наголосити, що стартувавши ще на початку 1990-х років у найрозвинутіших в екологічному відношенні державах-членах Європейського Союзу (Німеччині, Швеції, Франції, Великобританії), система розширеної відповідальності виробників з причин її транспарентності та мінімального фінансового тиску на продуцентів товарів буквально за кілька років перетворилась у звичну бізнес-практику не тільки даного інтеграційного угруповання але й інших регіонів світу. Наприклад, у липні 2019 р. швейцарський бренд *Nestle* презентував нову паперову обгортку для своїх снєків *YES!*, виготовлену на основі технології високошвидкісного обгортання. У результаті цього для світового кондитерського сектору відкрилися широкі можливості екологізації діяльності на основі застосування переробної паперової упаковки. Своєю чергою, у липні 2021 р. американська корпорація *ProAmpac*, що спеціалізується на виробництві екологічно чистої й креативної упаковки, придбала британську компанію *Ultimate Packaging Ltd.*, завдяки чому спромоглася суттєво диверсифікувати власний продуктивний портфель, зміцнити свої конкурентні позиції в екологічному сегменті пакувальних матеріалів та вийти на ринок Великобританії з повною підтримкою усього ланцюга поставок екологічно чистих матеріалів для виробництва упаковки [16].

Загалом же, чинною системою розширеної відповідальності виробників на сьогодні у світі охоплено такі товарні групи як: електронні вироби (35%), шинна продукція (18%), упаковка (17%), транспортні засоби (12%), акумулятори (12%) та ін. [21]. Зокрема, згідно Директиви Євросоюзу ЄС 2019/904 від 05.05.2019 р. «Про зменшення впливу на довкілля деяких виробів із полімерів» у країнах блоку з 2021 р. заборонено виробництво та використання одноразових полімерних столових приборів (тарілок, виделок, ножів, ложок тощо), соломинок для напоїв, ватних паличок, харчових контейнерів і чашок з пінополістиролу. Водночас норми чинної в ЄС Стратегії щодо полімерів передбачають обов'язкове переведення державами даного інтеграційного угруповання на період до 2030 р. усієї полімерної упаковки в режим багаторазового використання, перероблення або компостування [22].

Успішний досвід країн ЄС у царині реалізації системи розширеної відповідальності споживачів справив потужний демонстраційний ефект і на інші держави і регіони світу. Наприклад, в Японії запровадження даного механізму у 1997 р. дало змогу буквально за три роки (до 2000 р.) майже на 30% підвищити обсяги збирання і перероблення відходів тари й упаковки [20, с. 82].

Наступний стратегічний напрям розбудови глобальної моделі відповідального споживання пов'язаний з дедалі більшою переорієнтацією економічних суб'єктів на споживання товарів тривалого користування. Загальновідомо, що сучасні бізнес-моделі глобальних виробників споживчих товарів значною мірою спрямовані на прискорення їх старіння. Як свідчать оцінки багатьох національних організацій захисту прав споживачів, біля 99% усіх вироблених і представлених на світовому ринку товарів об'єктивно приречені на передчасне старіння в силу штучного обмеження виробниками терміну експлуатації виробленої продукції. І для цього продуцентами використовується дуже широкий арсенал інструментів – від обмеження поставок запасних частин та можливостей ремонту до виготовлення важливих конструктивних елементів виробів з крихких і недовговічних матеріалів.

Дане явище, що отримало у науковій літературі назву «заплановане старіння» (англ. – *planned obsolescence*), обходить пересічним споживачем у суму від 40 до 50 тис євро [23, с. 12]. Наприклад, навіть у німецьких автомобілях преміум-класу термін експлуатації двигуна внутрішнього згорання вартістю 8 тис дол. США обмежений вісьмома роками; а очікуваний термін експлуатації *iPhone* становить лише три роки. У результаті багато споживачів змушені регулярно оновлювати свої гаджети в силу як передчасного виходу з ладу окремих їх електронних компонентів, так і необхідності постійного оновлення підтримуючого їх програмного забезпечення, виникаючих проблем технічної сумісності та значного навантаження на акумулятор з боку багаточисленних мобільних додатків [23, с. 10]. У практичному плані це означає край нерациональне витрачання фінансових коштів, зростання обсягів емісії вуглекислого газу та посилення негативного впливу на довкілля парникового ефекту. Так, тільки у 2019 р. глобальний обсяг електронних відходів оцінювався у 50 млн тон, левова частка яких була захоронена; а на період до 2040 р., за даними дослідників Університету Макмастера, частка інформаційно-комунікаційних технологій у глобальному вуглецевому сліді може перевищити 14% [24]. З огляду на це світові споживачі дедалі більшою мірою віддають сьогодні перевагу довговічним товарам, придатним до модернізації, ремонту та повторного використання. При цьому висувуються вимоги не тільки щодо виключення використання екологічно небезпечних речовин у виробництві товарів, але й можливості заміни важливих їх конструктивних елементів, а також наявності доступних пересічному споживачеві інструкцій щодо ремонту придбаної продукції. Підтвердженням даного тренду є, зокрема, той факт, що на період до 2026 р. капіталізація світового ринку послуг з ремонту та обслуговування споживчої електроніки зросте з нинішніх 7,9 до майже 10 млрд дол. США [25]. Тобто, є всі підстави стверджувати, що глобальна система споживчих відносин перебуває нині у «вирі» дедалі більшої переорієнтації на споживання товарів тривалого користування, що дає змогу забезпечити його динамічне «озеленення» та переведення на парадигму відповідального споживання.

Висновки. Узагальнюючи вищеведене, слід відзначити, що ключовим імперативом трансформації глобальної системи споживчих відносин та одним з головних компонентів реалізації у світових координатах концепції сталого розвитку є екологізація споживання. Незважаючи на збереження доволі варіативних національних і регіональних моделей споживання в силу наявних відмінностей у рівні платоспроможного попиту і споживчій культурі населення, масштабах і структурних параметрах споживання, інституційному забезпеченні споживчих процесів, а також пануючих збутових, комунікаційних і маркетингових ініціативах бізнес-сектору, за умов розбудови глобальної зеленої екосистеми вони зазнають дедалі більшої екологічної уніфікації в організаційно-економічному, продуктово-товарному, об'єктно-суб'єктному й інституційно-регуляторному вимірах. Це набуває свого концентрованого вираження у розбудові глобальної моделі відповідального споживання, іманентними ознаками якої є наднаціональна стандартизація пануючих моделей еколого-орієнтованого особистого і виробничого споживання, формування інтернаціональних фондів зеленого споживання; касомізація споживання як інструменту розвитку

соціальних ініціатив; динамічна диверсифікація споживчих зелених потреб матеріального і нематеріального характеру; зростання частки зеленого споживання у національних доходах різних держав; нарощування вартісних обсягів споживчих екологічних витрат та ін. Неухильно зростаючий сегмент відповідальних споживачів справляє значний вплив на трансформацію споживчих відносин, формуючи у такий спосіб якісно нові джерела конкурентного розвитку бізнес-структур та стимулюючи процеси формування глобальної культури споживання на засадах відповідальності і розумної достатності.

Список використаних джерел:

1. Final consumption expenditure (current US\$). The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.TOTL.CD>
2. Білорус О. Політична економія глобалізму і проблеми структурної модернізації національної економіки. *Дослідження міжнародної економіки : Збірник наукових праць*. 2011. Випуск 2 (67). С. 3–26.
3. Леушкин М. Дело молодых: как инвестируют миллениалы. *Финансист*. 2020. № 3 (20). С. 40–42.
4. Frey W. H. Now, more than half of Americans are millennials or younger. *Brookings*, 30.07.2020. URL: <https://www.brookings.edu/blog/the-avenue/2020/07/30/now-more-than-half-of-americans-are-millennials-or-younger/>
5. Kauffman R. J., Naldi M. Research directions for sharing economy issues. *Electronic Commerce Research and Applications*. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7194743/pdf/main.pdf>
6. Для чого Швеція скуповує сміття? Світовий досвід боротьби зі звалищами. URL: <http://www.ukrinform.ua/rubric-economics/2039097-dla-cogo-svecia-skupovue-smitta-svitovij-dosvid-borotbi-zi-zvalisami.html>
7. Как устроен раздельный сбор мусора в Швеции. URL: <http://recyclemag.ru/article/kak-ustroen-razdelnyiy-sbor-musora-v-shvecii>
8. Навроцкий Р. Л. Досвід країн Європейського союзу в сфері безпечного поводження з твердими побутовими відходами. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск 7. С. 621–625.
9. Как решили проблему мусора в Швейцарии. URL: <http://uduba.com/1452404/kak-reshili-problemu-musora-v-shveysarii>
10. Черноокий Ю. А., Мурзин А. Д. Механизм стимулирования рационального обращения с коммунальными отходами: международный опыт. *Экономика и экология территориальных образований*. 2020. Т. 4. № 4. С. 47–56.
11. Municipal waste landfilled, incinerated, recycled and composted, EU, 1995–2020.png. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Municipal_waste_landfilled,_incinerated,_recycled_and_composted,_EU,_1995-2020.png
12. Bonini S. The Rise in Demand for Sustainable Goods. June 8, 2021. URL: <https://www.brinknews.com/the-rise-of-demand-for-sustainable-goods/>
13. Environment. Facts and Figures. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/environment/eusds/smgp/facts_and_figures_en.htm
14. Eco-friendly Furniture Market Size, Share & Trends Analysis Report By Application (Residential, Commercial), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region (North America, Europe, APAC, CSA, MEA), And Segment Forecasts, 2020–2027. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/eco-friendly-furniture-market>
15. Merriman M., Robertsson H. Can business sustain itself without being environmentally sustainable? EY, 21.10.2020. URL: https://www.ey.com/en_mz/unlocking-ambitions-of-private-businesses-and-their-owners/can-business-sustain-itself-without-being-environmentally-sustainable (дата звернення: 23.05.2022).
16. Eco-Friendly Food Packaging Global Market Report 2022. March 15, 2022. URL: <https://finance.yahoo.com/news/eco-friendly-food-packaging-global-111700070.html>
17. Багаторазове пакування vs одноразове пакування. Огляд екологічних наслідків. Звіт. URL: <https://zerowaste.org.ua/wp-content/uploads/2021/08/bagatorazove-vs-odnorazove-pakovannya.pdf>
18. Салькова А. Еще есть люди, которые помнят мир без пластика. *Газета*, 20.07.2017.
19. Masks on the Beach: The Impact of COVID-19 on Marine Plastic Pollution. Oceans Asia. URL: <https://oceansasia.org/covid-19-facemasks/>
20. Зварич Р., Зварич І. Розширена відповідальність виробника в концепції розвитку циркулярної економіки. *Світ фінансів*. 2019. № 3 (60). С. 76–86.
21. Growth within: a circular economy vision for a competitive Europe. Ellen MacArthur Foundation. 2015. URL: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/EllenMacArthurFoundation_Growth_Within_July15.pdf
22. Корольчук О. Сталість в упаковці – внесок Монді у кращий світ. *Інформаційно-аналітичний центр Упаковка*, 28.07.2021 р. URL: <http://upakjour.com.ua/zhurnal-upakovka/stat%D1%96/mater%D1%96ali/mondi-sustainability>
23. Авруцкая С. Г. Запланированное устаревание, инновации и устойчивое развитие. *Компетентность*. 2019. № 7. С. 8–16.
24. Your smartphone is damaging the environment, says study. Mar 04 2018. URL: <https://daijiworld.com/news/newsDisplay?newsID=498235>
25. The Consumer Electronics Repair and Maintenance Global Market is Expected to Reach \$9.6 Billion by 2026 – *ResearchAndMarkets.com. Business Wire*, February 25, 2022. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20220225005230/en/The-Consumer-Electronics-Repair-and-Maintenance-Global-Market-is-Expected-to-Reach-9.6-Billion-by-2026---ResearchAndMarkets.com>

References:

1. Final consumption expenditure (current US\$). *The World Bank*. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.TOTL.CD>
2. Bylorus O. (2011) Politichna ekonomiya globalizmu i problem strukturnoyi modernizatsii natsionalnoyi ekonomiki [Political economy of globalism and problems of structural modernization of the national economy]. *Research of international economy: Collection of scientific papers*, vol. (67), pp. 3–26.
3. Leushkin M. (2020) Delo molodih: kak investiruyut mileniali [The business of the young: how millennials invest]. *Financier*, no. 3 (20), pp. 40–42.
4. Frey W. H. (2020) Now, more than half of Americans are millennials or younger. *Brookings*, 30.07.2020. Available at: <https://www.brookings.edu/blog/the-avenue/2020/07/30/now-more-than-half-of-americans-are-millennials-or-younger/>
5. Kauffman R. J., Naldi M. Research directions for sharing economy issues. *Electronic Commerce Research and Applications*. Available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7194743/pdf/main.pdf>
6. Dlya chogo Shvitsiya skupovuye smitty? Svitoviy dosvid borotbi zi zvalyschami [Why does Sweden buy garbage? World experience in fighting landfills]. Available at: <http://www.ukrinform.ua/rubric-economics/2039097-dla-cogo-svecia-skupovue-smitta-svitovij-dosvid-borotbi-zi-zvalisami.html>
7. Kak ustriyen razdelnyi sbor musora v Shvetsii [How separate waste collection works in Sweden]. Available at: <http://recyclemag.ru/article/kak-ustroen-razdelnyiy-sbor-musora-v-shvecii>

8. Navrotskiy R. (2016) Dosvid krayin Yevropeyskogo soyuzu v sferi bezpechnogo povodgzenya z tverdimi pobutovimi vedghodami [Experience of the countries of the European Union in the field of safe handling of solid household waste]. *Economy and society*, vol. 7, pp. 621–625.
9. Kak reshilproblemu musora v Shveysarii [How to solve the garbage problem in Switzerland]. Available at: <http://uduba.com/1452404/kak-reshil-problemu-musora-v-shveysarii>
10. Chernookiy Yu., Murzin A. (2020) Mehanizm stimulirovaniya ratsionalnogo obrascheniya s komunalnimi othodami: megdunarodnyi opit [The incentive mechanism for the rational management of municipal waste: international experience]. *Economics and ecology of territorial entities*, vol. 4, no. 4, pp. 47–56.
11. Municipal waste landfilled, incinerated, recycled and composted, EU, 1995–2020.png. *Eurostat*. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Municipal_waste_landfilled,_incinerated,_recycled_and_composted,_EU,_1995-2020.png
12. Bonini S. (2021) The Rise in Demand for Sustainable Goods. June 8, 2021. Available at: <https://www.brinknews.com/the-rise-of-demand-for-sustainable-goods/>
13. Environment. Facts and Figures. *European Commission*. Available at: https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/facts_and_figures_en.htm
14. Eco-friendly Furniture Market Size, Share & Trends Analysis Report By Application (Residential, Commercial), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region (North America, Europe, APAC, CSA, MEA), And Segment Forecasts, 2020–2027. Available at: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/eco-friendly-furniture-market>
15. Merriman M., Robertsson H. (2020) Can business sustain itself without being environmentally sustainable? *EY*, 21.10.2020. Available at: https://www.ey.com/en_mz/unlocking-ambitions-of-private-businesses-and-their-owners/can-business-sustain-itself-without-being-environmentally-sustainable (accessed 23 May 2022).
16. Eco-Friendly Food Packaging Global Market Report 2022. March 15, 2022. Available at: <https://finance.yahoo.com/news/eco-friendly-food-packaging-global-111700070.html>
17. Bagatorazove pakuvannya vs odnorazove pakuvannya (2021) Oglyad ekologichnih naslidkiv. Zvit. [Reusable packaging vs disposable packaging. Overview of environmental consequences. Report]. Available at: <https://zerowaste.org.ua/wp-content/uploads/2021/08/bagatorazove-vs-odnorazove-pakovannya.pdf>
18. Salkova A. (2017) Yeshe est ludi kotorie pomnyat mir bez plastika [There are still people who remember a world without plastic]. *Newspaper*, 20.07.2017.
19. Masks on the Beach: The Impact of COVID-19 on Marine Plastic Pollution. *Oceans Asia*. Available at: <https://oceansasia.org/covid-19-facemasks/>
20. Zvarich R., Zvarich I. (2019) Rozshirena vidpovidalnist virobnika v kontseptsii rozvitru tsirkulyarnoyi ekonomiki [Expanded producer responsibility in the concept of circular economy development]. *The world of finance*, no. 3 (60), pp. 76–86.
21. Growth within: a circular economy vision for a competitive Europe. (2015) Ellen MacArthur Foundation. Available at: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/EllenMacArthurFoundation_Growth-Within_July15.pdf
22. Korolchuk O. (2021) Stalist v upakovtsi – vnesok Mondi u kraschiy svit [Sustainability in packaging is Mondi's contribution to a better world]. *Upakovka Information and Analytical Center*, 07/28/2021. Available at: <http://upakjour.com.ua/zhurnal-upakovka/statt%D1%96/mater%D1%96ali/mondi-sustainability>
23. Avrutskaya S. (2019) Zaplanirovannoye ustarevanie, innovatsii i ustoychivoye razvitiye [Planned obsolescence, innovation and sustainable development]. *Competence*, no. 7, pp. 8–16.
24. Your smartphone is damaging the environment, says study. Mar 04 2018. Available at: <https://daijiworld.com/news/newsDisplay?newsID=498235>
25. The Consumer Electronics Repair and Maintenance Global Market is Expected to Reach \$9.6 Billion by 2026 – *ResearchAndMarkets.com*. *Business Wire*, February 25, 2022. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20220225005230/en/The-Consumer-Electronics-Repair-and-Maintenance-Global-Market-is-Expected-to-Reach-9.6-Billion-by-2026---ResearchAndMarkets.com>

Chala Veronika

Pridniprovska State Academy of Civil Engineering and Architecture

MODELS OF RESPONSIBLE CONSUMPTION IN THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL GREEN ECOSYSTEM

Summary

The article emphasizes the steady increase in the scale of global consumption of goods and services due to the rapid increase in the value of household wealth in all regions of the world. Accordingly, a contradiction between the constantly growing needs of global consumers and the inability of available resources to satisfy them has been arising. The author believes that the mentioned contradiction can be effectively resolved solely based on the greening of public consumption and the mass introduction of models of responsible consumption into consumer relations. The article describes the main existing models of responsible consumption. First, the author notes the increasing orientation of the global consumer towards the joint (collective) consumption of goods, the formation and development of the "sharing economy". As another model of responsible consumption, the practices of minimization of solid household waste by consumers and their transition to sorting garbage and separate methods of its disposal have been analyzed. The special importance of the development of such a model of responsible consumption as an increasing orientation of economic subjects towards the consumption of ecologically clean goods and healthy food has been proven. An assessment of such trends has been made in the article. In the comprehensive description of models of responsible consumption, the author focuses on such a direction as the refusal of consumers from single-use packaging of purchased goods in favor of its economical options, as well as reusable and ecological packaging. Accordingly, the author also analyzes the trend of the transition of world production to ecological packaging, with the introduction of the system of extended producer responsibility. The author evaluates the trend of consumption of durable goods as another effective model of responsible consumption. The author believes that extended responsibility of manufacturers implies their responsibility not only for the design, production and market sale of manufactured goods, but also for the safe handling of their packaging waste throughout the entire product life cycle.

Key words: consumption; lack of resources; greening of consumer behavior; models of responsible consumption.