

**А. Г. Бочкова,  
A. D. Bochkova  
Н. Ю. Стожко  
N. Yu. Stozhko**

*sny@usue.ru, bochkova-n@ro.ru*

ФГБОУ ВО «Уральский государственный  
экономический университет», г. Екатеринбург  
Ural State University of Economics, Ekaterinburg

## **«ЗЕЛЕНОЕ» ПОТРЕБЛЕНИЕ**

## **THE GREEN CONSUMPTION**

**Аннотация:** В статье рассмотрено понятие «зеленое» потребление и его происхождение, обсуждены основные задачи и принципы «зеленого потребления», приведены примеры получения промышленных товаров из сельскохозяйственного сырья.

**Abstract:** The article discusses the concept of "green" consumption and its origin, discusses the main tasks and principles of "green consumption", provides examples of obtaining industrial goods from agricultural raw materials.

**Ключевые слова:** экология, процессы потребления, экологическое поведение, «зеленое» потребление, устойчивый маркетинг.

**Keywords:** ecology, consumption processes, ecological behavior, green consumption, sustainable marketing.

Неконтролируемое развитие мировой экономики за последние 40 лет привело к серьезным и во многом необратимым экологическим последствиям. По данным Организации экономического сотрудничества и развития при отсутствии изменений антропогенного влияния на планету к 2050г. сохранность природных территорий будет необратимо нарушена, мир лишится от 61 до 72% флоры и фауны [5, с. 42].

Современное общество всё чаще стало задумываться о влиянии деятельности человека на окружающую среду. Понятие «зеленого» потребления стало предметом внимания производителей и потребителей, а также предметом научных исследований. Вопросы сохранение природной среды выдвигаются на первый план вместо кратковременного комфорта и извлечения прибыли корпорациями.

Основными понятиями в «зеленой» экономике является «зеленое» производство и «зеленое» потребление [5, с. 44]. «Зеленое» потребление – это форма потребления, которая защищает окружающую среду для настоящего и будущих поколений путем принятия экологически чистых моделей поведения, таких как использование органических продуктов, чистой и возобновляемой энергии, а также выбор товаров, производимых компаниями с нулевым или почти нулевым воздействием на окружающую среду. «Зеленое» подразумевает

сохранение экологических ресурсов, в то время как потребление обычно предполагает их уничтожение. Главная задача «зеленого» потребления состоит в развитии экологически безопасных производств и технологий и замене ими тех производств, которые негативно влияют на окружающую среду, в формировании у потребителей осознанной необходимости сохранения природных ресурсов, экосистем, своей жизни и жизни других людей.

Термин «зеленое» потребление имеет схожие черты с другими понятиями, например, с такими, как этическое и ответственное (устойчивое) потребление, что приводит к отсутствию ясности и последовательности в понятии «зеленого» потребления. К этическому потреблению можно отнести использование возобновляемых ресурсов, отказ от тестирования продуктов на животных, соблюдение прав работников на предприятиях и многое другое. Но покупка товаров или продуктов с акцентированием внимания на выполнение подобного ряда факторов не представляет собой экологически мотивированное «зеленое» потребление. «Зеленое» потребление воспринимается некоторыми людьми с точки зрения вкусовых качеств продуктов питания или личной пользы для здоровья [1, с. 116].

Многие потребители демонстрируют позитивное отношение к «зеленому» потреблению, однако их отношение необязательно выражается в действиях замены привычных товаров на экологичную альтернативу. По данным Katherine White, David J. Hardisty и Rishad Nabib журнала Harvard Business Review в социальном опросе 65% потребителей заявили, что хотят покупать бренды, выступающие за экологическую устойчивость, но только около 26% на самом деле делают это [3]. Для многих продуктов общее воздействие на окружающую среду зависит от поведения потребителей после покупки и использования продукта. Для энергопотребляющих приборов фаза использования оказывает большее воздействие на окружающую среду, чем производство прибора или окончательная его утилизация [2, с. 110].

Понятия этического потребления и бережливости можно проследить на протяжении предыдущих веков, но идея «зеленого» потребления впервые появилась в 1970-х годах в Соединенных Штатах Америки, когда «социальный маркетинг» расширился, включив в себя экологические проблемы. Основу для «зеленого» потребления заложила современная социальная осведомленность о производственных процессах фирм. К основным принципам «зеленого» потребления относят: устойчивую и «бережливую» энергетику, включающую грамотное использование электротехники, экономичное потребление, а также снабжение энергией, выработанной из экологически чистых источников и с помощью экологически чистых технологий; употребление органических продуктов, то есть продуктов, выращенных с помощью сельского хозяйства, без использования искусственных химических удобрений и пестицидов, а также животных, выращенных в более естественных условиях, без обычного

использования лекарств, распространенных в интенсивном животноводстве; увеличение срока службы продукта и борьбу с углеродным следом и др. «Зеленое» потребление включает также производство и использование экологичной упаковки, выступает за сокращение выбросов в транспортном секторе и промышленности, а также за потребление местных продуктов, ведь это может уменьшить социальные и экологические последствия "пищевых миль". Кроме того, поощряется повторное использование бумажных и пластиковых упаковочных пакетов, жестяных банок и одежды.

К «зеленому» потреблению можно отнести и давно забытый раздел прикладной химии, связанный с получением промышленных продуктов из сельскохозяйственного сырья. Идея изготовления экологичной промышленной продукции возникла в XX веке у инженера Жана Бранденберга, который изобрёл целлофан – прозрачную плёнку, изготовленную из древесины. Однако из-за ряда недостатков целлофан не мог конкурировать с новыми неэкологичными упаковочными материалами – полиэтиленом и полипропиленом. Идеями Уильяма Дджея Хейла в книге «The Farm Chemurgic» вдохновился Генри Форд при создании кузова автомобилей с волокнами конопли, а также ручек коробки передач и кнопок клаксона из соевого белка. Однако в послевоенное время нефтехимическая отрасль была в большей перспективе, нежели биотехнологические разработки, позволяющие сохранять планету [4].

Между тем получение промышленной продукции из сельскохозяйственного сырья вновь актуально: общественность вновь волнуют экологические проблемы. Объем исследований, связанных с «зеленым» потреблением, быстро рос за последние три десятилетия. К сожалению, узость этого фокуса с точки зрения продуктов, этапов процесса потребления, рассматриваемых воздействий и изучаемых вопросов создает впечатление, что исследовательской области не хватает реального импульса.

### Список литературы

1. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behavior / M. K. Magnusson, A. Arvola, U. K. Koivisto Hursti, L. Aberg, P.-O. Sjödén // *Appetite*. 2003. Vol. 40, iss. 2. P. 109–117. [https://doi.org/10.1016/S0195-6663\(03\)00002-3](https://doi.org/10.1016/S0195-6663(03)00002-3).
2. Rubik F., Frankl P. *The Future of Eco-Labeling: Making Environmental Product Information Systems Effective*. London : Routledge, 2005. 357 p.
3. White K., Hardisty D. J., Habib R. *The Elusive Green Consumer* // *Harvard Business Review*. 2019. Iss. 7. P. 124–133. URL: <https://hbr.org/2019/07/the-elusive-green-consumer/>.
4. Комаров С. М. Суп из упаковки // *Химия и жизнь*. 2014. № 9. С. 30–34. URL: <https://hij.ru/read/5077/>.

5. Матраева Л. В., Горюнова Н. А. К вопросу о дефиниции понятий "зеленое потребление и зеленое производство" // Актуальные вопросы развития мировой и модернизации российской экономики : сборник научных трудов Межрегиональной научно-практической конференции, Москва, 14–16 января 2017 г. Курск : Университетская книга, 2017. С. 42–48.