

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ЦЕЛЯХ УМЕНЬШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УЩЕРБА

© 2013 Н.В. Шехова*

Ключевые слова: экологизация потребления, экологический ущерб, внешние эффекты, интернализация, устойчивое развитие.

Представлены возможности учета экологического фактора в потребительском поведении, обоснована необходимость использования экологизации потребления в качестве одного из наиболее эффективных институциональных методов сокращения экологического ущерба в целях обеспечения устойчивого экономического развития.

Экологические внешние эффекты, сопровождающиеся нанесением экологического ущерба, инициируются не только хозяйственной деятельностью. Огромное число негативных экстерналий возникает в процессе потребления, в котором ежедневно участвуют миллиарды людей. В связи с этим в качестве институционального инструмента интернализации вполне правомерно рассматривать экологизацию не только производства, но и потребления.

Происходящая в настоящее время переориентация поведения людей в сторону учета экологического фактора в повседневной жизни является результатом перемены ценностных ориентаций. Последняя, в свою очередь, происходит по причине все более широкого распространения постматериалистических ценностей в обществе.

Современное общество потребителей до самого последнего времени можно было характеризовать как преимущественно гедонистическое, ориентированное на максимизацию комфорта и удовольствия, что предполагает удовлетворение потребностей достаточно примитивного характера, т.е. не способствующих совершенствованию самого человека. Такая ориентация свидетельствует о кризисе культуры и нравственности, проявляется в массовой погоне за удовольствиями без учета разумных пределов, социальных, экологических и других последствий¹. В условиях доминирования психологии потребительства порождается идеология массового сверхпотребления. При этом у значительной части населения формируются заполняющие

идеологическую и нравственную пустоту установки на удовлетворение потребностей любой ценой, на максимизацию потребления.

Сегодня ученые очень активно развивают концепцию экологической этики, важнейшим аспектом которой является идеология экологизации потребления². Активное обсуждение проблемы экологизации потребления началось в последние десятилетия. Объектом пристального внимания при этом стало влияние привычного образа жизни на окружающую среду.

Экологизация потребления направлена на создание "*устойчивого стиля жизни*" (*sustainable lifestyle*), провозглашенного в 1992 г. на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро.

Примером экологизации потребления может послужить, например, то обстоятельство, что в настоящее время в ряде промышленно развитых стран потребители начинают интересоваться источником получения промышленной древесины. Так, они готовы платить более высокую цену за мебель, изготовленную из древесины, полученной "экологически чистыми" способами. Такое поведение потребителей, когда-то считавшееся капризом на рынке продукции деревообрабатывающей промышленности, сейчас начинает в значительной степени влиять на спрос.

Экологизация потребления проявляется также в том, что покупатели все большее предпочтение начинают отдавать долговечным товарам. Очевидно, что чем долговечнее товары, тем в меньших количествах нужно их производить, следовательно, тем меньше на-

* Шехова Наталья Владимировна, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики Самарского государственного архитектурно-строительного университета. E-mail: nataly65vf@gmail.com.

грузок на окружающую среду и экологических экстерналий.

Правда, здесь возникают две проблемы. Во-первых, долговечность “находится в конфликте” с современностью, модой, улучшением технических и других характеристик товаров. Во-вторых, сама идея сокращения производства совокупного общественного продукта, логично вытекающая из ориентации на повышение долговечности товаров, противоречит одной из основных целей государственной макроэкономической политики, заключающейся в стимулировании совокупного предложения.

Возникшие противоречия позволяет разрешить концепция продуктивности использования материальных ресурсов, разработанная Ф. Шмидтом-Блееком (Schmidt-Bleek), который ввел в оборот понятие “материалоемкость услуги” (*Material Inputs Per Service Unit - MIPS*)³.

Идея Шмидта-Блеека заключается в том, что для потребителя важны не товары как таковые, а услуги, которые они обеспечивают. Например, не автомобиль сам по себе, а возможность преодолевать большие расстояния за короткое время; не количество киловатт-часов потребленной электроэнергии, а возможность жить и работать в комфортных условиях; не обручальное кольцо на пальце, а возможность продемонстрировать свое семейное положение. Показатель MIPS позволяет оценивать количество материалов, которые необходимо “переместить” для предоставления конкретной, четко определенной услуги. Например, сколько руды нужно извлечь и переработать, для того чтобы произвести определенные изделия; сколько единиц транспорта нужно использовать и сколько километров проехать для доставки этих изделий потребителю; сколько аналогичных “перемещений” материалов нужно было совершить в предыдущие годы для создания соответствующей инфраструктуры и т.д.

Шмидт-Блеек говорит об “экологическом рюкзаке”, который несет с собой каждый товар. Этот “рюкзак” представляет собой количество “перемещенных” материалов. Ученному удалось рассчитать показатели, характеризующие соотношение между некоторыми товарами и их “экологическими рюкзаками”. Так, например, для золота это соотно-

шение составляет 1:350000. Это значит, что золотое кольцо массой всего лишь 10 г в действительности “тянет” на 3,5 т. Энергия тоже несет свой “рюкзак”. Сжигаемые ежегодно 3 млрд т угля несут “рюкзак хвостов”, который весит не менее 15 млрд т, не говоря уже о 10 млрд т CO₂, выделяющихся в процессе сжигания угля. “Экологический рюкзак” автомобиля представляет собой порядка 15 т твердых отходов, не считая использованной и загрязненной воды.

Идеи Шмидта-Блеека о глобальных потоках материалов послужили дополнительным аргументом в пользу вывода о том, что одна из наиболее болезненных экологических проблем - проблема утилизации отходов - это лишь “вершина айсберга”. Управление отходами с использованием технологий “конца трубы” весьма поверхностное решение. Необходимо исследовать, контролировать и уменьшать потоки материалов⁴. Физическая стабильность большинства материалов позволяет использовать их снова и снова при условии предотвращения их рассеивания. Поэтому сжигание отходов - это “злейший враг” эффективного использования материалов, так как оно сопровождается максимальным рассеиванием.

Управление потоками материи (*Material Flow Management*) лежит в основе целого ряда инструментов современного экологического менеджмента⁵. В 2011 г. Международной организацией по стандартизации был разработан стандарт ISO 14051:2011 “*Environmental management - Material flow cost accounting - General framework*” (аналогичный российский стандарт пока не издан). Данный стандарт представляет собой руководство для ведения отчетности по материальным потокам в физических единицах измерения, а также для учета связанных с этим издержек⁶.

В значительной степени MIPS может быть уменьшена путем повышения долговечности товаров. Повышение долговечности - одна из наиболее очевидных стратегий по сокращению потерь и повышению продуктивности использования материалов. Для повышения долговечности товаров, не противоречащего названной выше цели макроэкономической политики, целесообразно использовать стратегии, разработанные Институтом долговеч-

ности изделий, руководимым В. Штаэлем (Stahel)⁷. Наиболее перспективными и реально осуществимыми являются следующие из них:

♦ оптимизация конструкции изделия в плане возможности его обновления (сохранение устойчивой основы изделия и замена только изношенных деталей) с целью повышения долговечности;

♦ совместное использование изделий, позволяющее сократить объем их производства, не уменьшая при этом объема обеспечиваемых ими услуг.

По мнению В. Штаэля, самый перспективный технический подход к повышению долговечности товаров заключается в отделении их конструктивных элементов от элементов видимых. При таком подходе изношенные детали или же детали, потерявшие свою эстетическую привлекательность из-за капризов моды, легко могут быть заменены. Производитель забирает изделие назад и монтирует на нем усовершенствованные видимые элементы. Такую стратегию уже сейчас начинают применять производители мебели. Описанный принцип стал определять рынки массовой продукции в Германии, когда правительство в законодательном порядке ввело обязательный возврат предметов длительного пользования.

Что касается совместного использования товаров, то здесь можно привести два примера, наиболее показательных для иллюстрации того, как данная стратегия способствует экологизации потребления и сокращению негативных внешних эффектов.

В современных многоквартирных домах в Северной Европе, а также в штатах на восточном и западном побережье США достаточно широкое распространение получила практика установки автоматических прачечных с тем, чтобы семьи не использовали стиральные машины в своих квартирах. Стратегия экологизации потребления в данном случае реализуется по трем направлениям.

Во-первых, вместо большого количества машин, находящихся в личной собственности, производится и эксплуатируется несколько машин, находящихся в совместном пользовании. Поскольку как производство, так и эксплуатация стиральных машин сопряжены со значительными экологическими внешни-

ми эффектами, очевидно, что в данном случае можно говорить о существенном вкладе в их уменьшение.

Во-вторых, совместное использование стиральных машин значительно экономит энергию. Выигрыш энергии зависит главным образом от выбора ее источника. Личные машины, как и барабанные сушилки, почти всегда электрические. Что касается автоматических прачечных, то для нагревания воды в них обычно используется природный газ. Причем часть горячей воды используется повторно, тепло же регенерируется благодаря более высокой частоте цикла стирки. Кроме того, отработанное тепло пригодно для повторного применения в барабанных сушилках. Учитывая сказанное, очевидно, что автоматические прачечные гораздо более эффективны и экономичны, чем личные стиральные машины.

В-третьих, происходит значительное повышение эффективности использования материальных ресурсов (сокращение MIPS). Повышение эффективности использования материала обусловлено более интенсивной работой стирального автомата. Имеющая прочную конструкцию машина "Лондромат" обычно обладает ресурсом в 30 тыс. стиральных циклов, в то время как обычные стиральные машины отработывают в среднем только 23 тыс. стиральных циклов.

В Германии очень распространена практика совместного владения автомобилями. Несколько сотен людей покупают в складчину несколько десятков машин, которые принадлежат всем и доступны каждому.

М. Петерсен (Petersen) специально исследовал очень популярную систему "Штатауто" совместного владения автомобилями в Берлине⁸. Создание этой системы сократило количество находящихся в личном владении машин со 105 до 27. Кроме того, сократился километраж, но только вдвое. Это означает, что на автомобилях "Штатауто" стали ездить больше, чем на частных машинах, т.е. повысилась их использование на единицу вложенного капитала. Помимо значительного сокращения (предотвращения) негативных внешних эффектов, совместное владение автомобилями "производит" значительные положительные экстерналии. Например, для тех, кто ранее имел машину, существенно сократились

ежемесячные затраты (амортизация, страхование, налоги, техобслуживание, ремонт и т.п.). Кроме того, многие почувствовали облегчение оттого, что им теперь не нужно бояться повреждения или угона автомобиля.

Приведенные примеры показывают, что, производя более долговечные изделия, организуя их совместное использование и переходя от рынка товаров к рынку услуг, можно добиться больших успехов в экологизации потребления.

В значительной степени экологизации потребления способствует отказ покупателей от упаковки, плохо поддающейся переработке. Увеличение объема упаковочных материалов - один из наиболее заметных признаков потребительской среды. Упаковка некоторых быстро используемых товаров - яркий пример нерационального ресурсопотребления. Потребители и государство все настойчивее требуют от торговли содействия в сокращении отходов, связанных с использованием упаковочного материала.

На Западе ряд магазинов начал взимать плату за полиэтиленовые пакеты или вообще прекратил их использование. В магазинах японской фирмы Seiyu покупателям выдаются купоны за отказ от полиэтиленовых пакетов; 20 купонов можно обменять на 100 иен (80 центов).

К сожалению, российские потребители, наоборот, только начинают привыкать (и, несомненно, получают от этого большое удовлетворение) к появлению “бесплатной” упаковки. Даже универсамы экономкласса (такие, как “Пятерочка”, “Магнит”, “Пчелка”) не взимают плату за полиэтиленовые пакеты, которые можно использовать в неограниченном количестве. Конечно же, потребителей можно понять. Ведь им очень не хочется возвращаться к недавней, но уже основательно забытой практике стирки и сушки полиэтиленовых пакетов. Но может быть стоит подумать, например, о возврате к серой упаковочной бумаге или же проявить готовность вносить дополнительную плату за упаковку, изготовленную из материалов, аналогичных полилактиду.

Еще одним направлением экологизации потребления является сознательный отказ от явно чрезмерных услуг, затраты на предос-

тавление которых значительно превышают выгоды от них. Постояльцам гостиницы при казино “Харра” в Лас-Вегасе (Невада) был задан вопрос: хотят ли они, чтобы им каждый день меняли простыни и полотенца. 95% опрошенных ответили “нет”, сказав при этом, что они рады такому вопросу. Такое решение привело к получению двойного выигрыша (win-win). Помимо значительного снижения загрязнения окружающей среды, затраты на энергию и воду для стирки двух тысяч комплектов белья в день в условиях пустыни, раскаленной палящим солнцем, снизились на 70 тыс. долл. в год. Кроме того, повысился срок службы белья.

Таким образом, экологизация потребления, способствующая сокращению и предотвращению негативных внешних эффектов, может производиться по следующим основным направлениям:

- ◆ предпочтение долговечных товаров;
- ◆ совместное использование товаров;
- ◆ отказ от упаковки;
- ◆ отказ от излишних услуг;
- ◆ предпочтение экологически чистых товаров.

Что касается последнего из указанных направлений, то в данном случае под “экологически чистыми” понимаются не только те товары, которые безопасны для здоровья, но и товары, в технологии производства и эксплуатации которых учитываются экологические требования. Иными словами, товары, производство или потребление которых не сопряжено со значительными экологическими экстерналиями.

Примером экологически чистых товаров могут послужить энергосберегающие лампы. Во многих странах мира в 2012 г. вступили в силу законы о постепенном переходе с традиционных видов освещения на энергосберегающие. В США такие меры позволят сэкономить более 10 млрд долл. в год и отказаться от запуска 30 новых электростанций, в Европе - 52 электростанций⁹.

Безусловно, одним из самых эффективных механизмов, оказывающих влияние на поведение потребителей, является ценообразование. В настоящее время многие экологически чистые продукты стоят дороже обычных продуктов. Но в случае включения экологических издержек в цену товаров более

дорогими станут товары, не отвечающие экологическим нормам.

Сегодня есть все основания полагать, что в скором времени именно так и будет. Но даже в случае, если этого не произойдет, все равно есть большая вероятность того, что процесс экологизации потребления будет развиваться, проявляясь все в новых формах. Например, большинство людей, даже не слишком озабоченных экологическими проблемами, станут покупать экологически чистые товары хотя бы только потому, что это товары более высокого класса (иными словами, по той же причине, по которой люди теперь покупают компакт-диски вместо виниловых пластинок и персональные компьютеры вместо печатных машинок).

Таким образом, экологизация потребления может стать эффективным инструментом регулирования негативных внешних эффектов с целью сокращения экологического ущерба и в значительной степени способствовать формированию благоприятных условий жизнедеятельности людей без подрыва основ устойчивого существования общества и природы.

¹ *Важенина И.С.* Возвышение потребностей и “тупики” потребления // ЭКО. 2012. □ 11. С. 131-145.

² *Керимова Н.И.* Концепции экологической этики // Alma mater. Вестн. высш. шк. 2011. □ 7. С. 85-88.

³ *Schmidt-Bleek F.* Carnoules Declaration of the Factor Ten Club. Wuppertal Institute, 1994.

⁴ *Вайцеккер Э., Ловинс Э., Ловинс Л.* Фактор четыре. Затрат - половина, отдача - двойная. Новый доклад Римскому клубу. М., 2000.

⁵ *Притужалова О.А.* Управление потоками материи - базовый инженерный подход экологического менеджмента // Экологические нормы. Правила. Информация. 2010. □ 2. С. 51-54.

⁶ *Притужалова О.А.* Инструменты экологического менеджмента // Энергия: экономика, техника, экология. 2013. □ 2. С. 50-54.

⁷ *Giarini O., Stahel W.R.* The Limits to Certainty: Facing Risks in the New Service Economy. Dordrecht, 1993.

⁸ *Petersen M.* Okonomische Analyse des Car-sharing. Berlin, Stattauto, 1994.

⁹ *Кириллов В.* Энергосберегающие лампы и светодиоды - развернулась жесткая конкуренция // Энергия: экономика, техника, экология. 2012. □ 12. С. 36-39.

Поступила в редакцию 07.06.2013 г.