

## **Зміна споживання в умовах сталого розвитку: аспект достатнього споживання**

**Олена Наумова**

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: olenan@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0002-1237-833X*

**Марія Наумова**

*к.е.н., асистент кафедри економічної кібернетики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
e-mail: mariianaumova@knu.ua,  
ORCID: 0000-0002-3670-0231*

Світова економічна модель з логікою економіки споживання, де переважає високий рівень спеціалізації, великі масштаби виробництва та постійне стимулювання споживчого попиту, прискореними темпами рухається до виснаження природних ресурсів та збільшення кількості екологічних катаклізмів. Економіка зазнає надмірного тиску від глобалізації споживацького способу життя, зростання населення планети та тиску на природні ресурси, зростання цін на енергоресурси. Вкрай актуальною залишається проблема узгодженості потреб людини, захисту навколишнього середовища та маркетингових стратегій задля сталого розвитку компаній.

Компаній звикли забезпечувати своє економічне зростання на ринку за допомогою надмірної кількості реклами через соціальні мережі для задоволення нав'язаних та штучно створених маркетологами потреб для покупців, усталених соціальних стандартів успіху в суспільстві через демонстративне споживання товарів та послуг, стимулювання попиту легко доступними кредитами та запланованим виробником прискореним старінням товарів. Але основна проблема, яку насправді компанії повинні вирішувати для дотримання сталого розвитку – це задоволення потреб покупців в умовах енергоефективності та свідомого скорочення споживання енергії.

Вчені [1] відстоюють просування способу життя, який одночасно відповідатиме двом вимогам – бути екологічно стійким та соціально корисним. Науковці переконані, що зменшувати негативний вплив надмірного споживання можливо такими методами, як: популяризацією в суспільстві повторного використання, ремонту чи перероблення товарів [2, 3], дбайливою експлуатацією речей, суспільним осудом звички надмірно споживати товари та послуги [4], зменшенням ролі матеріальних благ у повсякденному житті.

Концепція достатності суперечить домінантним маркетинговим стратегіям розвитку компаній. Ця концепція виступає за радикальне скорочення споживання матеріалів та енергії, що контрастує з традиційними формами прогресу, з насаджуваними ідеями споживання [3].

Французька екологічна асоціація Virage Energie [5] визначила базові умови для достатнього споживання:

1. достатність розмірів споживання, за якої розмір коригується відповідно до потреб споживача, наприклад: уникнення придбання та оренди квартир площею 50 м<sup>2</sup> для двох осіб;

2. достатність використання, орієнтована на обсяги та тривалість використання, наприклад: не купувати та не вживати їжу понад рекомендовану дієтологами норму споживання; економити споживання електроенергії, скорочуючи цикли прання та тривалість використання кондиціонерів у спеку;

3. дружня або кооперативна достатність, заснована на колективному міському плануванні для розширення соціальних зв'язків та взаємній співпраці, наприклад: збільшення площі парків та зелених насаджень у місті для боротьби зі спекотною погодою; пересування на громадському транспорті та велосипедах замість автомобілів; відмова від відряджень на користь діловим відеоконференціям; відмова від подорожей літаком на користь подорожей поїздом.

Надмірне споживання є серйозним бар'єром на шляху сталого розвитку суспільства. Таке споживання спричиняє збільшення викидів парникових газів, виснаження природних ресурсів та забруднення довкілля відходами. Також, надмірне споживання призводить до зростання нерівності, оскільки багаті країни споживають значно більше природних ресурсів, ніж бідні країни. У свою чергу, достатнє споживання сприяє вихованню більш справедливого суспільства, де ресурси розподіляються більш рівномірно.

Разом з тим, компанії в умовах сталого розвитку для реалізації концепції достатності мають докладати достатньо зусиль, щоб виробляти товари, які б відзначалися високою якістю матеріалів, збільшенням довговічності їх використання, запобіганню швидкому моральному старінню та наданню покупцям більш тривалих гарантій, можливість вторинної переробки. Багато компаній переходять на використання відновлюваних джерел енергії та впроваджують ефективну систему управління ресурсами. Також, існують проекти компаній, що спрямовані на популяризацію концепції достатнього споживання та навчання споживачів ефективному використанню ресурсів. Компанії також можуть сприяти свідомому споживанню, надавати інформацію про екологічні аспекти своїх товарів та послуг, а також стимулювати споживачів до вибору достатнього споживання.

Отже, достатнє споживання – це важлива концепція в рамках сталого розвитку, сутність якої полягає в споживанні лише тих товарів та послуг, що насправді необхідні для задоволення потреб споживачів, а не безконтрольного накопичення матеріальних благ задля отримання компаніями прибутку та зростання їх частки на ринку. В цьому контексті, зміна споживацьких звичок з надмірного на достатнє споживання є важливою та необхідною умовою для досягнення сталого розвитку суспільства.

**Ключові слова:** маркетинг; сталий розвиток; достатнє споживання.

### Список використаних джерел

1. Princen, T. (2005). *The logic of sufficiency*. Mit Press.
2. Dobscha, S., Prothero, A., & McDonagh, P. (2012). (Re)-Thinking Distribution Strategy: Principles from Environmental Sustainability” in *Marketing Management: A Cultural Perspective*, Ed by N. Ozagler-Toulouse, L. Penaloza and L. Visconti, London: Routledge.
3. Gorge, H., Herbert, M., Özçağlar-Toulouse, N., & Robert, I. (2015). What do we really need? Questioning consumption through sufficiency. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 11-22.
4. Dobson, A. (2007). Environmental citizenship: Towards sustainable development. *Sustainable development*, 15(5), 276-285.
5. Virage Energie (2013) *Les Scénarios de sobriété énergétique et transformations sociétales*. URL: [http://www.virage-energie-npdc.org/IMG/pdf/Rapport\\_complet\\_Scenarios\\_sobriete\\_Virage-energie-NPDC\\_Ademe\\_sept2013\\_v2.pdf](http://www.virage-energie-npdc.org/IMG/pdf/Rapport_complet_Scenarios_sobriete_Virage-energie-NPDC_Ademe_sept2013_v2.pdf) (дата звернення: 25.11.2023).