

## Экологически ответственное поведение потребителей и методы его обеспечения в целях перехода к экономике замкнутого цикла<sup>\*</sup>

### Environmentally Responsible Consumer Behavior and Methods to Ensure it in Order to Transition to a Closed-loop Economy

М. НЕУЧЕВА, О. ШАЛИНА

**Неучева Милана Юрьевна**, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» (УУНиТ). E-mail: neucheva@mail.ru

**Шалина Ольга Игоревна**, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории УУНиТ. E-mail: olenkash@bk.ru

*В статье анализируется экологически ответственное поведение потребителей как необходимый элемент перехода к экономике замкнутого цикла. Рассмотрены бизнес-модели экономики замкнутого цикла. Введено понятие экологичного («зеленого») поведения, под которым понимается экологичное потребление и экологичное финансирование. Показана типовая структура рынка «зеленых» товаров. Проанализирована роль и развитие в России ключевых экономических стимулов для поощрения экологичного потребления. Внесены предложения по развитию в России системы экологических налоговых предпочтений, а также экологических бонусов и сборов для физических лиц.*

**Ключевые слова:** экономика замкнутого цикла, экологически ответственное поведение, экологичное поведение, рынок «зеленых» товаров, экологическое налогообложение, экологические налоговые предпочтения.

*The article analyzes the environmentally responsible behavior of consumers as a necessary element of the transition to a closed-loop economy. Business models of the closed-cycle economy are considered. The concept of eco-friendly ("green") behavior is introduced, which means eco-friendly consumption and eco-friendly financing. The typical structure of the market of "green" goods is shown. The role and development of key economic incentives in Russia to promote eco-friendly consumption is analyzed. Proposals have been made to develop a system of environmental tax preferences in Russia, as well as environmental bonuses and fees for individuals.*

**Key words:** closed-loop economy, environmentally responsible behavior, eco-friendly behavior, green goods market, environmental taxation, environmental tax preferences.

#### Основные положения

1. Экологически ответственное поведение потребителей является необходимым элементом перехода к экономике замкнутого цикла. В экономике замкнутого цикла понятие «эффективность» заменяется понятием «экологическая эффективность».
2. Существует «разрыв» между желанием потребителей покупать экологически чистые («зеленые») товары и фактом их покупки. Иные (неэкологические) мотивы могут играть определяющую роль при выборе товаров.
3. Государство, путем принятия комплекса мер в области создания рыночной инфраструктуры для обращения «зеленых» товаров и путем внедрения системы экономических (в основном налоговых) мер, может подтолкнуть потребителей к экологически ответственному поведению.

#### Введение

В течение последнего столетия стремительное увеличение численности населения, чрезмерное производство и потребительское использование товаров и услуг привело к истощению

<sup>\*</sup> Ссылка на статью: Неучева М.Ю., Шалина О.И. Экологически ответственное поведение потребителей и методы его обеспечения в целях перехода к экономике замкнутого цикла // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 6. С. 127–132. DOI: 10.34773/EU.2023.6.22.

ресурсов и серьезной деградации окружающей среды, поставив человечество на грань экологической катастрофы. Экологическое давление заставило многие страны мира принять «зеленую» повестку, которая выдвинула концепцию сохранения окружающей среды на первый план. В основу «зеленой» экономики легли новые экономические модели и процессы, наиболее перспективными из которых являются замкнутые бизнес-циклы. Чтобы «замкнуть» процессы, лежащие в основе экономики замкнутого цикла, необходимо обеспечить экологически ответственное поведение индивидов.

Целью настоящей статьи является исследование роли экологически ответственного потребления в становлении экономики замкнутого цикла, а также государственные меры обеспечения такого поведения.

Для достижения данной цели были решены следующие задачи:

- рассмотрено понятие и бизнес-циклы экономики замкнутого цикла;
- проанализированы основные направления экологически ответственного поведения («зеленое» потребление и «зеленое» финансирование);
- показана структура «зеленого» рынка и предпосылки его создания в России;
- исследованы экономические меры, способные подтолкнуть индивидов к «зеленому» потреблению.

### Методы

Методологической основой исследования послужили институциональный подход (индивиды ограничено рациональны: в краткосрочной перспективе выбирают покупку тех групп товаров, которые в долгосрочной перспективе могут оказать негативное влияние на окружающую среду и здоровье); статистический анализ (исследование подкреплено рядом статистических данных); метод сопоставления (сопоставлено применение системы налоговых методов в развитых странах).

### Результаты

Традиционная экономическая модель воспроизводства «производство – распределение – обмен – потребление» основана на линейных процессах «потребление ресурсов и товаров – отходы». С одной стороны, она предполагает постоянную доступность дешевых природных ресурсов, с другой стороны, не учитывает снижение качества жизни в результате негативного изменения окружающей среды. Данные риски все чаще заставляют мировое сообщество задумываться об альтернативной (более экологичной и менее затратной) модели экономики.

В основе экономики замкнутого цикла лежит экономическая модель, в которой потребление заменяется замкнутым циклом, предполагающим извлечение и переработку использованных продуктов. Кроме того, данная модель ориентируется на снижение затрат на производство. В будущем предполагается также сокращение конечного потребления или замена производства и потребления новых товаров услугами. Модель обеспечивает максимальную отдачу от ресурсов, снижается потребность в их добыче и переработке, сокращается соответствующее воздействие на окружающую среду.

Идея бизнес-модели с замкнутым циклом была выдвинута У. Макдоно и М. Браунгартом в 1998 г., когда они предложили альтернативный подход к «экологической эффективности», который «направлен на решение, а не облегчение проблем, создаваемых промышленностью» [8].

Экономика замкнутого цикла предполагает наличие ряда связанных бизнес-моделей, которые замыкают экономический цикл (таблица).

В экономике замкнутого цикла понятие «эффективность» заменяется «экологической эффективностью». Экономика замкнутого цикла в сочетании с низкоуглеродной экономикой призвана достичь ряда целей устойчивого развития: борьба с изменением климата (ЦУР 13), сохранение морских экосистем (ЦУР 14), сохранение экосистем суши (ЦУР 15), достойная работа и экономический рост (ЦУР 8), промышленность, инновации и инфраструктура (ЦУР 9) [5].

**Бизнес-модели экономики замкнутого цикла**

Название бизнес-модели	Описание
Круговые поставки	Использование возобновляемых материалов на биологической основе или полностью перерабатываемых материалов для замены затрат на один жизненный цикл
Восстановление ресурсов	Извлечение полезных ресурсов / энергии из утилизируемых или побочных продуктов
Продление срока службы изделия	Продление рабочего цикла продуктов и компонентов путем ремонта, модернизации и перепродажи
Совместное использование продуктов	Повышение коэффициента использования продуктов при общем доступе к ним
Продукт как услуга	Предложение доступа к продукту или результатам его использования, с сохранением при этом права собственности на сам продукт

Источник: составлено авторами.

Но фирмы не могут замкнуть бизнес-циклы самостоятельно. Большая роль должна отводиться населению как основному потребителю, которое необходимо стимулировать к экологичному (ответственному) потреблению (Ответственное производство и потребление – ЦУР 12). С учетом прироста населения (прогноз – 9,6 млрд чел. к 2050 г.) повышение социальной и экологической ответственности индивидов выходит на первый план. Уже сейчас на приобретаемые бытовые товары приходится 40 % наносимого окружающей среде ущерба [7].

Под экологичным поведением мы будем понимать такое поведение индивида, которое приводит к достижению экологических целей устойчивого развития. Экологичное поведение можно подразделить на:

- экологичное («зеленое» или «чистое») потребление;
- экологичное («зеленое») финансирование.

Исследователи определяют экологичное потребление как экологически обоснованное использование товаров, когда потребители учитывают экологические последствия их покупки, использования и выбрасывания. Экологичное потребление также предполагает замену покупки материальных товаров использованием различных экологически чистых услуг [5].

Чтобы обеспечить экологичное потребление государству необходимо решить ряд вопросов:

- создать рынок «зеленых» товаров и услуг;
- создать инфраструктуру для утилизации или повторного использования товаров;
- создать систему стимулов для поощрения экологичного потребления.

Рынок «зеленых» товаров (услуг) включает в себя систему рынков, на которых обращаются товары (услуги), производство и/или потребление которых позволяет снижать негативное давление на окружающую среду. Такие товары подлежат обязательной маркировке (квалификации) с отметкой ««зеленые» товары (услуги)». Во многих развитых странах есть специальные организации и информационные системы, которые позволяют потребителям ознакомиться с перечнем квалифицированных (подтвержденных) «зеленых» товаров. К «зеленым» товарам, прежде всего, относятся следующие продуктовые группы:

- энергоэффективные продукты;
- продукты с содержанием переработанных материалов <sup>1</sup>;
- продукты на биологической основе и биопрепараты;
- водосберегающие продукты;
- экологически предпочтительные продукты <sup>2</sup>;
- озонобезопасные продукты.

<sup>1</sup> Например, в США продукция, которая может быть подвергнута переработке, маркируются аббревиатурой CPG, а продукты, сберегающие воду – WaterSense®.

<sup>2</sup> Максимально безопасные продукты, не содержащие токсинов и других вредных веществ.

На сегодняшний момент рынок «зеленых» товаров в России создан далеко не по всем продуктовым группам, хотя определенные шаги в этой сфере предпринимаются. Например, в области сельского хозяйства в 2020 году вступил в действие федеральный закон «Об органической продукции», который вводит в действие стандарты органической продукции, определяет сертификацию аграрных хозяйств, которые ее производят, а также требования к ее маркировке. Однако доля такой продукции и таких хозяйств в России на сегодняшний момент не превышает 1 % рынка [4]. В области энергоэффективных продуктов в России принята «Концепция по развитию производства и использования электрического автомобильного транспорта в Российской Федерации на период до 2030 года», в рамках которой действует 10 федеральных и 4 региональных меры развития рынка. При этом по данным Автостата доля электромобилей на российском рынке к началу 2023 года составила около 1 % (против 0,3 % годом ранее) [2].

Таким образом, даже при наличии рынка «зеленых» товаров и инфраструктуры, обеспечивающей «вторую жизнь» товарам или эффективную переработку/использование отходов (например, прием стеклотары), государство не может быть уверено в стремлении потребителей к «зеленому» потреблению.

Многочисленные исследования показывают, что потребители склонны перекладывать экологическую ответственность на предприятия или правительство [1; 9; 10]. Экологические мотивы могут играть второстепенную роль при принятии решений о покупке, а такие факторы как цена, бренд, эмоциональные характеристики и прочее являются доминирующими в принятии решений о покупке. Такую ситуацию исследователи называют «разрыв между экологическим отношением и поведением» или «разрыв между мотивацией и поведением», что означает, что позитивное отношение потребителей к экологически чистым товарам не всегда проявляется в их реальном поведении. Вопрос о покупке «зеленого» товара или «коричневого»<sup>1</sup> товара, но по более привлекательной цене или другим условиям покупки, является дилеммой для потребителя и может решиться не в пользу первого.

Государство должно прибегнуть к специальной системе стимулов для устранения данных разрывов. По нашему мнению, наиболее перспективным является применение экономических мер, к которым в первую очередь относится система бонусов/штрафов и система экологического налогообложения.

Система экологических бонусов/штрафов для физических лиц предполагает денежную премию (возможно в форме скидки) при покупке «зеленых» товаров, и штраф – при покупке «коричневых» товаров. Данная система работает и хорошо себя зарекомендовала во многих странах ЕС. Например, внедренная во Франции с 2008 года система «бонус-малус», предполагает, что покупатель автомобиля должен либо заплатить сбор (*malus*) за выбросы CO<sub>2</sub> транспортного средства выше определенного уровня, либо получить скидку (*bonus*), если выбросы CO<sub>2</sub> транспортного средства ниже определенных пределов. Опираясь на опыт зарубежных стран, в России также реализован комплекс мер, поощряющий покупки электромобилей. В число мер, кроме льготного автокредитования и автолизинга электромобилей, бесплатного проезда по платным участкам федеральных дорог, льгот по оплате парковке (в некоторых регионах), также включены меры по субсидированию 35 % от стоимости транспортного средства (но не более 925 тыс. рублей) при его покупке.

Система экологического налогообложения включает все налоги, база взимания которых оказывает специфическое негативное воздействие на окружающую среду. Принято относить к ним энергетические налоги, транспортные налоги, платежи за загрязнения, платежи за размещение отходов, налоги на выбросы веществ, приводящих к глобальным изменениям; налог на шумовое воздействие, налог на землю, платежи за пользование природными ресурсами [3].

В России, с определенными оговорками (не соблюдается принцип «привязки» налоговой базы к размеру налога) к экологическим налогам относятся:

<sup>1</sup> Под «коричневыми» товарами понимаются товары, производство и потребление которых наносит существенный ущерб окружающей среде.

– акцизы на топливо (энергетический налог);  
– транспортный налог и акцизы на транспорт (транспортные налоги);  
– налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, земельный налог, сборы за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов (ресурсные налоги).

Главным недостатком данных налогов является то, что они не носят целевого для решения экологических проблем характера. При этом принцип «экологического стимула» также не работает в полной мере или носит косвенный характер. Например, акцизы на топливо завышают стоимость топлива в розничной продаже и в определенной степени снижают объем потребления, но это никак не коррелирует с объемами ущерба для окружающей среды [6].

Второй важный элемент экологического налогообложения – налоговые преференции по экологическому принципу – включены в налоговую систему России лишь в малой части. Под экологическими налоговыми преференциями мы предлагаем понимать комплекс налоговых льгот, стимулирующий субъектов экономики к поведению, потреблению, инвестированию, способствующих достижению ЦУР в области экологии.

В странах ЕС и Северной Америки активно применяются налоговые вычеты и кредиты по подоходному налогу при покупке «зеленых» товаров или «зеленых» инвестициях. В России возврат НДС в форме социального вычета предусмотрен только при пожертвованиях в благотворительные (в том числе экологические) фонды. Что касается экологических налоговых льгот, то в ряде регионов для владельцев электромобилей установлена нулевая ставка по транспортному налогу.

Таким образом, для полноценного становления «зеленой» экономики в России и переходу к экономическим моделям замкнутого цикла необходимо создать полноценный рынок «зеленых» товаров и услуг по всем продуктовым группам и обеспечить его функционирование надлежащим нормативно-правовым, инфраструктурным и информационным сопровождением. Кроме того, необходимо подготовить потребителей, переориентировав их с покупки «коричневых» товаров на сознательный выбор «зеленых». В этом плане существенная роль должна отводиться системе экономических мер, к которым относится экологическое налогообложение и экологические сборы/бонусы.

### Заключение

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. Для перехода к экономике замкнутого цикла и достижения целей устойчивого развития необходимо развивать и поощрять экологически ответственное поведение потребителей.

2. Существующий «разрыв» между желанием потребителей покупать экологически чистые («зеленые») товары и фактом их покупки можно компенсировать с помощью экономических мер.

3. Комплекс мер в области поощрения «зеленого» потребления должен включать в себя:

– создание рыночной и институциональной инфраструктуры для обращения «зеленых» товаров, включающий определение групп «зеленых» товаров, их сертификацию и маркировку, ведение реестра «зеленых» производителей и др.;

– разработку и внедрение системы налоговых мер, в числе которых экологические налоги и экологические налоговые преференции, а также бонусы/сборы при покупке «зеленых»/«коричневых» товаров.

### Литература

1. Дегтярева И.В., Токарева Г.Ф., Шалина О.И. Социально ответственное поведение потребителя для достижения целей устойчивого развития: реальность или миф // Вестник Пермского НИПУ. Социально-экономические науки. 2016. № 3. С. 180–191.

2. Доля электромобилей на российском рынке достигла 1 % в феврале 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autostat.ru/news/54064/>

3. Налоговая политика Российской Федерации в контексте целей устойчивого развития / И.А. Майбуров, А.С. Адвокатова, О.В. Андриенко [и др.]. М.: Изд-во «Юнити-Дана», 2023. 360 с. ISBN: 978-5-238-03715-8.

4. Рынок экологически чистых продуктов в России. Проблемы и перспективы развития / О.Е. Рущицкая, К.В. Носкова, А.В. Фетисова, С.А. Желвис // Московский экономический журнал. 2019. № 4. С. 33. DOI: 10.24411/2413-046X-2019-14031.

5. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс]. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/>

6. Шалина О.И., Неучева М.Ю. Климатическая политика и декарбонизация мировой экономики: вызовы для России // Уфимский гуманитарный научный форум: сб. ст. V междунар. науч. форума. Под ред. А.Н. Дегтярева. Уфа: Академия наук Республики Башкортостан, 2023. С. 139–144.

7. Cai Z., Xie Y., Aguilar F.X. Eco-label credibility and retailer effects on green product purchasing intentions // Forest Policy and Economics. 2017. Vol. 80. P. 200–208.

8. Predictions of Future Global Climate [Electronic resource]. URL: <https://scied.ucar.edu/learning-zone/climate-change-impacts/predictions-future-global-climate>

9. The Rise of Green Consumerism: What Do Brands Need to Know? [Electronic resource]. URL: <https://digitalnomadsasia.com/2021/05/10/the-rise-of-green-consumerism-what-do-brands-need-to-know/>

10. Wijekoon R., Sabri M.F. Determinants That Influence Green Product Purchase Intention and Behavior: A Literature Review and Guiding Framework // Sustainability. 2021. Vol. 13. № 11. DOI: 10.3390/su13116219.

DOI: 10.34773/EU.2023.6.23

## **Оптимизация ресурсного потенциала предприятия на основе регрессионного анализа различных факторов\***

### **Optimization of the Resource Potential of an Enterprise based on Regression Analysis of Various Factors**

---

**С. ДАВЛЕТШИНА**

---

Давлетшина Светлана Маратовна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предпринимательства Института экономики, управления и бизнеса Уфимского университета науки и технологий. E-mail: garildar@mail.ru

*Суть работы состоит в рассмотрении оптимизации ресурсного потенциала предприятия на основе регрессионного анализа различных факторов. Новизна исследования проявляется в анализе финансовых данных и экономических показателей, а также учете возможных изменений в бизнес-среде. Определение ожидаемой прибыли позволяет компании принимать обоснованные решения по распределению ресурсов, инвестированию, сокращению расходов и изменению стратегии в зависимости от прогнозируемых результатов. Таким образом, прогнозирование прибыли является ключевым элементом финансового планирования и управления рисками, которые могут повлиять на финансовую устойчивость компании.*

**Ключевые слова:** ресурсный потенциал, факторы, регрессионный анализ, корреляционный анализ, автокорреляция.

---

\* Ссылка на статью: Давлетшина С.М. Оптимизация ресурсного потенциала предприятия на основе регрессионного анализа различных факторов // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 6. С. 132–136. DOI: 10.34773/EU.2023.6.23.