TENDINȚELE CONSUMULUI DURABIL

Lucia NEPOTU,
ORCID: 0000-0001-5306-7346
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The field of sustainable consumption research has started to diversify with different approaches. It has changed from the involvement of only a few stakeholders to the cooperation of many different stakeholders in formulating policies to implement sustainable consumption patterns. Sustainable consumption trends are more pronounced today as people pay particular attention to everything from what they buy in stores to what transport they use to travel or commute to work, all of which contribute to the impact they have on the surrounding environment. Finally, consumers value a healthy and sustainable lifestyle and their purchases take this into account. By 2030, the market for sustainability-related products and services is expected to grow through the interaction and coordination of policy support, business initiatives and everyday consumer awareness.*

Key words: *consumer behaviour, trends, environmen, responsibility, sustainable, consumption.*

Introducere. Viața durabilă minimizează impactul ecologic creând în același timp condiții pentru o viață prosperă pentru indivizi, gospodării și comunități. Este produsul unor decizii individuale și colective privind satisfacerea aspirațiilor și nevoilor și aplicarea practicilor, care la rândul lor sunt condiționate, facilitate și constrânse de standarde, societate, instituții publice, infrastructură, piețe și cultură. În ultimii ani, a devenit din ce în ce mai clar că economiile durabile trebuie construite pe un consum durabil, care includ produse durabile, precum și procese industriale durabile.

Pentru a se putea face careva prognoze pentru viitor trebuie să se cunoască cele mai importante tendințe globale pentru a înțelege dezvoltarea viitoare, adaptarea și controlul dezvoltării consumului durabil. Cercetarea și dezvoltarea, inovarea și antreprenoriatul sunt necesare pentru a pregăti și implementa schimbările necesare care vor asigura tranferul din ce în ce mai mare spre un consum durabil.

Scopul cercetării este de a analiza evoluția și tendințele consumului durabil. Care sunt factorii care contribuie la schimbările survenite în consumul durabil.

Metodologia cercetării. În teza prezentă au fost utilizate mai multe metode de cercetare științifică, printre acestea se numără analiza literaturii de specialitate atât a autorilor naționali cât și a celor internaționali, precum și deducția.

Cererea pentru considerente mai sustenabile este din ce în ce mai vizibilă și ar fi oportun să de adapteze această tendință majoră de consum înainte de a duce la o pierdere a veniturilor pe termen mediu și lung. Se poate de afirmat că în prezent peste 32% dintre consumatori sunt foarte implicați în adoptarea unui stil de viață mai durabil, ceea ce contribuie și la creșterea consumului durabil.

Preferințele consumatorilor în domeniul consumului de produse ecologice sunt într-o evoluție continuă, de aceea se poate de menționat câteva domenii în care consumatorii își modifică aceste preferințe, și se orientează spre un consum durabil [2].

Când vine vorba de cumpărarea alimentelor, toți consumatorii iau în considerare aspecte, pentru a face alegerea finală, cum ar fi: calitate, sezonalitate, proveniență, disponibilitate și, bineînțeles, prețul. Pentru 79% dintre consumatorii elvețieni problemele de durabilitate au o anumită influență asupra obiceiurilor alimentare, comparativ cu media Uniunii Europene de 59% [1].

Contribuția sistemelor alimentare la emisiile globale de gaze cu efect de seră au ajuns până la 37%. Producția alimentară, în special a animalelor, duce la un consum mare de energie, defrișări, creșterea emisiilor de gaze cu efect de seră și consum excesiv de apă. Industria masivă a cărnii a fost lovită de când pandemia a lovit în 2019, lăsând piața interesată de o abordare mai flexibilă și mai puțin intensivă în resurse a industriei. Schimbarea comportamentului consumatorilor și preocupările cu privire la fiabilitatea industriei în aprovizionarea ingredientelor alimentează revoluția cărnii pe bază de plante. Consumatorii cer schimbarea și o arată prin alegerile lor în supermarket. Mass-media globală a sporit gradul de conștientizare cu privire la numărul de gaze cu efect de seră de care este responsabilă industria cărnii, subliniind că aprovizionarea durabilă ar putea fi soluția. În ultimii doi ani, industria cărnii a pierdut aproximativ 13,6 miliarde de dolari, deoarece consumatorii cumpărau carne vegană în masă, ceea ce a crescut vânzările de carne vegană la 7 miliarde de dolari în aceeași perioadă. De exemplu, compania olandeză Vegetarian Butcher, achiziționată de Unilever în 2018, și-a crescut veniturile cu 70% în 2020 [2]. Tendințele consumatorilor în această situație sunt de a alege produse de sezon sau produse locale și astfel reducând consumul de produse de origine animală, precum și prin cumpărarea alimentelor de la producătorii mai durabili. În prezent dietele sunt utilizate de un număr mare de consumatori, de aceea, o dietă pe bază de plante reduce utilizarea pământului cu 76% în comparație cu consumul de carne, așa că înlocuirea cărnii pe care se consumă cu surse alternative de proteine este o modalitate de a fi mai durabilă. Cu toate acestea, consumul de carne este în

creștere în unele părți ale lumii,cum ar fi Asia urmând să crească cu 78% până în 2050 [3 p.7].

O altă creștere se înregistrează și pentru electronicele renovate, deoarece deșeurile electronice au un impact semnificativ asupra sustenabilității climatice. Consumatorii apelează din ce în ce mai mult la dispozitive electronice uzate, ceea ce duce la creșterea stocurilor retailerului și la un control mai bun al calității produselor. La fel, se poate de menționat și creșterea accelerată a magazinelor second-hand care contribuie la încetinirea dinamicii modei rapide.

Acum că consumatorii sunt conștienți de faptul că reciclarea în sine nu este răspunsul pentru reducerea impactului nostru asupra mediului, tendințe precum interzicerea plasticului de unică folosință sau magazinele care nu utilizează ambalaje câștigă amploare. Studiile din domeniu demonstrează că 60% din plasticul utilizat, din care majoritatea provine din industria alimentară, ajunge în gropile de gunoi sau în mediu. Cercetările ne arată că 65% dintre consumatori doresc ca industria alimentară să fie mai sustenabilă prin schimbarea ambalajului sau găsirea de variante alternative [2].

Evenimentele precedente au arătat consumatorilor cât de interdependentă și interconectată este lumea și mai mulți sunt din ce în ce mai preocupați de viitor, de mediu și de comunitățile afectate de alegerile și obiceiurile lor de zi cu zi. În viitor se așteaptă mari provocări și pentru a se face față, consumatorii au nevoie de noi tehnologii. Câteva exemple despre modul în care tehnologia poate sprijini tranziția către un mediu mai durabil și durabil consum:

- crearea de alternative pentru carne cultivată în laborator sau pe bază de plante;
- contoare inteligente de energie pentru monitorizarea consumului individual și la nivel de organizație;
- mijloace de transport electrice;
- diferiți senzori care să ajute companiile energetice să reducă emisiile [3 p.10].

Rezultatele cercetării. Unele dintre principalele obstacole din calea consumului durabil sunt prețurile ridicate la produsele ecologice, lipsa de informații și cunoștințe în rândul consumatorilor, obiceiurile nesustenabile și conștientizarea scăzută a mediului și problemele complexe. Pentru a se putea face propriile alegeri de mediu, pe care trebuie să le facă fiecare consumator,aceștia au nevoie de acces și informații.Trebuie să existe o infrastructură adecvată în îndeplinirea obligaţiilor asumate de consumatori. Consumul durabil ar trebui să fie o alegere simplă și ușoară. Aproximativ 35% din toate alimentele produse în lume sunt stricate sau risipite. Toate cifrele, prognozele și studiile efectuate trebuie să fie prezentate cât mai des consumatorilor sub diferite forme, astfel tendințele consumului vor fi durabile și cu impact mai puțin negativ.

Concluzii. Produsele și serviciile care pot conduce la schimbări în comportamentul consumatorilor trebuie să aibă o calitate plăcută, pe lângă simplitate, ușurință în utilizare etc. În plus, o perspectivă de durabilitate care integrează în mod cuprinzător atât sănătatea umană, cât și cea planetară este de așteptat să devină din ce în ce mai importantă în viitor. Consumatorii de toate vârstele adoptă comportamente de consum mai durabile, ceea ce este un lucru foarte apreciat pentru societate și mediu. Ceea ce consumatorii poartă, mănâncă și conduc, nu numai că le va semnala starea, ci va reflecta și detalii despre atitudinile și credințele lor.

Referințe bibliografice:

1. Tendințele consumatorilor: o schimbare a obiceiurilor, accesat la www.ecocook.com;
2. Sustainable Consumer Trends You Should Know About in 2022, accesat la www.bundl.com;
3. Устойчивое потребление. Consumers International Coming Together for Change, 2020, 11c.