

CONȘTIENTIZAREA ECOLOGICĂ ȘI SCHIMBAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORILOR

Iulian GANGAN, doctorand

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6985-1064>

Academia de Studii Economice, str. Banulescu-Bodoni 61, Chișinău, Republica Moldova
iulian.gangan2021@gmail.com

Abstract: Ecological awareness also involves a deep understanding of the impact of human activities on ecosystems and climate change. Environmental education often starts at a young age, in schools and communities, and continues through awareness campaigns and environmental initiatives, adopting responsible behaviors such as reducing resource consumption, recycling and reducing waste, adopting more sustainable lifestyles are important aspects of personal responsibility.

Keywords: ecology, climate change, ecological awareness, consumer behavior, waste recycling

Conștientizarea ecologică poate influența și susține schimbările nu doar la nivel de politici și reglementări, dar și în adoptarea unui stil de viață ecologic și implică schimbări în comportamentele zilnice, cum ar fi economisirea energiei, reducerea consumului de apă și alegerea transportului public sau bicicletei în locul autoturismului.

În contextul schimbărilor ecologice globale, comportamentele umane sunt tot mai influențate factori ecologici. Schimbările climatice, de exemplu, au un impact profund asupra modului în care trăim și asupra alegerilor pe care le facem zi de zi. Aceste schimbări, cauzate în principal de activitățile umane, determină modificări semnificative în stilul de viață al indivizilor și în alegerile acestora.

Pentru a evalua influența factorilor de mediu asupra comportamentului consumatorilor, cercetarea a presupus o analiză a literaturii de specialitate în domeniul marketingului ecologic, precum și sursele electronice disponibile. În procesul cercetării s-au folosit unele metode de cercetare: colectarea și sinteza materialelor, sistematizare, analiza comparativă și scoaterea în evidență a unor tendințe ecologice pe plan intern și internațional și corelarea cauză-efect.

Marketingul a câștigat tot mai multă relevanță pe plan global, inclusiv și în rezultatul intensificării preocupărilor legate de protecția mediului și sustenabilitatea, iar semnificația acestuia poate fi analizată din diverse perspective:

1. *Perspectiva consumatorului*, care susține că pentru ca conștientizarea și educația ecologică sau susținerea consumatorilor pentru a deveni mai conștienți, trebuie dezvoltate instrumente cu impact asupra acestora, în special în procesul decizional de cumpărare sau consum. Prin campanii bine structurate, aceștia învață să recunoască produsele sustenabile, eco-friendly și să înțeleagă cum acestea contribuie la reducerea poluării și la protejarea resurselor naturale. Consumatorul cu o educație ecologică își va schimba comportamentul de consum către unul mai responsabil.

2. *Perspectiva produsului* urmărește alegerea unor produse mai sănătoase și sustenabile. Produsele promovate prin marketingul ecologic sunt mai puțin dăunătoare sănătății. Acestea sunt adesea realizate din ingrediente naturale, fără substanțe chimice toxice, ceea ce reduce riscul de alergii sau alte probleme de sănătate. În plus, multe produse ecologice sunt concepute să aibă un impact redus asupra mediului, fie prin metode de producție mai curate, fie prin ambalaje biodegradabile sau reutilizabile.

Prin alegerea produselor ecologice, consumatorii participă activ la protejarea mediului. Prin instrumente de marketing se scot în vizor beneficiile produselor, cu impact redus asupra naturii, cum ar fi reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, conservarea apei sau gestionarea durabilă a resurselor. Aceasta creează un lanț de responsabilitate care implică atât companiile, cât și consumatorii.

3. *Perspectiva producătorilor locali și a economiei circulare*. În acest sens marketingul pune accent pe transparență și pe promovarea produselor realizate local, ceea ce încurajează

consumatorii să susțină afacerile mici și producătorii locali. Acest lucru poate contribui la dezvoltarea comunităților locale și la creșterea economică prin reducerea amprente ecologice asociate cu transportul pe distanțe lungi al produselor.

4. *Perspectiva asociațiilor de consumatori responsabili.* Marketingul ecologic nu se limitează doar la promovarea produselor, ci creează și o comunitate de consumatori care împărtășesc aceleași valori. Aceștia sunt adesea mai implicați în discuții despre sustenabilitate, reciclare, reducerea risipei și alte practici responsabile, contribuind la formarea unei culturi globale mai orientate spre protejarea mediului.

Prin implicarea instrumentelor de marketing pot fi realizate activități cu tentă educativă și cu influență asupra comportamentului consumatorilor, pentru a face alegeri mai informate și mai responsabile. Pe lângă beneficiile imediate pentru sănătate și calitatea vieții, acestea contribuie la crearea unui viitor sustenabil, atât pentru consumatori, cât și pentru planetă.

În fața efectelor schimbărilor climatice, din ce în ce mai multe persoane aleg să adopte stiluri de viață mai sustenabile. Aceasta poate include reducerea consumului de energie, prin utilizarea surselor regenerabile, ca de exemplu, panourile solare pentru îmbunătățirea eficienței energetice a locuințelor. De asemenea, există o creștere a interesului pentru diete bazate pe plante, care au un impact mai redus asupra emisiilor de carbon comparativ cu dietele tradiționale bazate pe carne.

În acest context, o altă schimbare semnificativă este și în domeniul transportului. Multe persoane optează pentru mijloace de transport mai ecologice, precum bicicletele, vehiculele electrice sau transportul public, în locul automobilelor tradiționale cu motor cu ardere internă. Aceasta nu doar că reduce emisiile de gaze cu efect de seră, dar contribuie și la scăderea poluării atmosferice și a congestiilor în orașe.

Schimbările climatice influențează și alegerile de consum. Tot mai mulți oameni își îndreaptă atenția spre produse ecologice și sustenabile, cum ar fi articolele din materiale reciclate sau organice. De asemenea, există o tendință crescândă spre cumpărarea locală, pentru a reduce amprenta de carbon asociată cu transportul produselor pe distanțe lungi.

Impactul economic al schimbărilor climatice ar putea fi mult mai mare decât s-a crezut, deoarece noile informații și tendințe, inclusiv temperaturile record, schimbă modelele utilizate pentru previziuni. Un raport publicat de Rețeaua pentru ecologizarea sistemului financiar (NGFS) sugerează că impactul asupra PIB-ului global ar putea crește de până la patru ori până în 2050, în anumite scenarii. Bloomberg, o companie globală de media și date financiare, fondată în 1981 de Michael Bloomberg, fost primar al New York-ului, menționează aceste date în contextul activității sale de furnizare de informații financiare pentru profesioniști, mai ales prin terminalul Bloomberg.

Însă mai există timp pentru a schimba cursul. Dacă măsurile de tranziție sunt implementate suficient de devreme, impactul negativ asupra economiilor ar putea fi semnificativ redus, afirmă NGFS, o rețea din care fac parte peste 140 de bănci centrale și autorități de supraveghere. Aceasta vine la scurt timp după ce Programul Națiunilor Unite pentru Mediu a prognozat că, pe baza politicilor actuale, temperatura globală ar putea crește cu 3,1 grade Celsius, iar NGFS estimează că, într-un astfel de scenariu, PIB-ul global ar putea suferi o scădere de până la 30%.

Pentru a evita acest impact devastator, NGFS sau *Network for Greening the Financial System* (Rețeaua pentru Verzierea Sistemului Financiar), este o coaliție internațională de bănci centrale și autorități de supraveghere financiară, care a fost creată în 2017, la inițiativa Băncii Centrale a Franței și cu sprijinul altor instituții financiare majore, pentru a aborda riscurile financiare asociate schimbărilor climatice și a sprijini tranziția către o economie sustenabilă și cu emisii scăzute de carbon. consideră că este necesară o transformare majoră a economiilor globale. Acesta subliniază că, având în vedere că eforturile de combatere a schimbărilor climatice au fost lente, guvernele vor trebui să adopte măsuri mult mai ambițioase. Un instrument esențial pentru reducerea emisiilor este stabilirea unui preț corect pentru carbon, care ar trebui să ajungă la aproximativ 300 de dolari pe tonă până în 2035, de trei ori mai mult decât nivelul actual.

În Europa, care deține cea mai extinsă piață de certificate de emisii de carbon la nivel global, prețul curent pentru o tonă de carbon este de 66 de euro (echivalentul a aproximativ 72 de dolari), un nivel considerabil sub pragul necesar. [3]

În zonele afectate de fenomene climatice extreme, precum valurile de căldură, inundațiile sau uraganele, locuitorii își ajustează modul de viață pentru a se adapta noilor condiții. Aceasta poate implica schimbări în construcția locuințelor, făcându-le mai rezistente la condiții meteorologice severe, și adaptarea activităților zilnice pentru a evita intervalele de căldură intensă sau alte condiții dificile.

Tot mai mulți oameni se implică activ în inițiative ecologice care susțin politici de mediu mai stricte. Această implicare variază de la participarea la campanii de informare și educare până la activități de lobby pentru reforme legislative menite să protejeze mediul și să reducă efectele schimbărilor climatice.

Schimbările climatice influențează nu doar mediul natural, ci și modul nostru de viață și organizare. Adoptând comportamente și alegeri mai ecologice, oamenii contribuie atât la reducerea impactului asupra mediului, cât și la construirea unui viitor mai sustenabil. Adaptarea la aceste schimbări este vitală pentru a menține un echilibru între dezvoltare și protejarea planetei.

Pe fondul crizelor climatice și al efectelor negative ale activităților umane asupra naturii, tot mai mulți oameni, organizații și guverne se îndreaptă către soluții mai durabile și ecologice. Această schimbare se reflectă în reducerea consumului de plastic, încurajarea reciclării, utilizarea transportului public sau a vehiculelor electrice, precum și alegerea produselor ecologice și sustenabile.

Plasticul, unul dintre cele mai răspândite materiale la nivel global, contribuie semnificativ la poluarea mediului. Din păcate, cele mai multe tipuri de plastic nu sunt biodegradabile și pot persista în natură sute de ani până la descompunere.

Astfel, numeroase țări și companii susțin măsuri pentru a reduce consumul de plastic, printre care:

Tabelul 1. Măsuri pentru reducerea consumului de plastic la nivel mondial

Nr d/o	Măsură	Conținut
1.	Interzicerea produselor din plastic de unică folosință	folosirea obiectelor precum paie, tacâmuri, farfurii și pungile de unică folosință; încurajarea utilizării alternativelor durabile.
2.	Promovarea ambalajelor ecologice	biodegradabile sau reutilizabile; de a reduce deșeurile din plastic
3.	Educația publicului	conștientizarea publicului în legătură cu efectele plasticului asupra mediului; promovarea alternativelor cum ar fi: -sacii din material textil; -sticle reutilizabile; -produse fără ambalaj

Sursa:[4] (accesat 03.09.2024)

Strategia UE pentru materialele plastice face parte din eforturile de tranziție către o economie circulară, menită să protejeze mediul de poluarea cu plastic și, totodată, să stimuleze creșterea economică și inovarea, transformând provocările actuale într-o oportunitate pozitivă pentru viitorul Europei. Există argumente economice solide pentru schimbarea modului de proiectare, fabricare, utilizare și reciclare a produselor în UE, iar prin asumarea unui rol de lider în acest domeniu se pot crea noi oportunități de investiții și locuri de muncă. Conform noilor planuri, până în 2030 toate ambalajele din plastic din UE vor fi reciclabile, consumul de produse din plastic de unică folosință va fi redus, iar utilizarea intenționată a microplasticelelor va fi restricționată.

Conform datelor disponibile, în Chișinău, din 2020, sunt colectate anual aproximativ 2 milioane de metri cubi de deșeuri municipale solide. Majoritatea acestora sunt depozitate în gropile de gunoi, iar mai puțin de 10% sunt reciclate. Din totalul deșeurilor municipale solide în jur de 55% sunt deșeuri biodegradabile umede.

Europenii produc anual 25 de milioane de tone de deșeuri din plastic, însă mai puțin de 30 % dintre acestea sunt colectate pentru reciclare. La nivel global, plasticul constituie

85 % din deșeurile de pe plaje. Plasticul se regăsește inclusiv în aerul pe care îl respirăm și în alimentele noastre, însă impactul microplasticului asupra sănătății, prezent în aer, apă și hrană, rămâne în mare parte necunoscut. Conform afirmației Serviciului de cercetare a Parlamentului European între 14,8-12,5 milioane tone de plastic zilnic ajung în ocean. Drept rezultat este afectată viața subacvatică, viața terestră și economia la nivel global. Reciclarea unui milion de tone de plastic se egalează cu retragerea din circulație a unui milion de mașini, dacă ne referim la emisiile de CO₂. În aspect economic, pierderile cauzate de deșeurile marine se estimează între 259 și 695 milioane euro pentru serviciile de turism și acvacultură. Strategia UE privind materialele plastice abordează direct această problemă, extinzând măsurile deja implementate Comisia Europeană de Mediu.[5]

Strategia pentru materialele plastice adoptată va schimba modul în care produsele sunt concepute, fabricate, utilizate și reciclate în UE. În prezent, plasticul este adesea produs, folosit și eliminat fără a valorifica beneficiile unei economii circulare, ceea ce dăunează mediului. Obiectivul acestei strategii este să protejeze mediul și să dezvolte o nouă economie a plasticului, bazată pe proiectare și producție sustenabile, care să permită reutilizarea, repararea și reciclarea materialelor, precum și crearea unor materiale mai ecologice.

Europa este bine poziționată pentru a conduce această tranziție. Noua abordare va stimula inovarea, va consolida competitivitatea și va crea locuri de muncă. Odată cu Strategia pentru materialele plastice, Comisia a adoptat și un Cadru de monitorizare, format din zece indicatori pentru a urmări progresul în fiecare etapă a ciclului de viață al materialelor plastice, de la producție până la reciclare și eliminare.

Acești indicatori sunt menționați pentru a evalua eficiența politicilor și măsurilor implementate în cadrul strategiei, pentru a monitoriza impactul asupra mediului și pentru a sprijini statele membre ale Uniunii Europene în raportarea progreselor lor. De asemenea, ei ajută la crearea unui cadru de transparență, astfel încât să poată fi urmărite îmbunătățirile în domeniul reducerii deșeurilor din plastic, reciclării și economiei circulare.

Cei zece indicatori acoperă diverse aspecte ale ciclului de viață al materialelor plastice, și anume:

1. *Producția de plastic* - se calculează cantitatea totală de material plastic produsă;
2. *Ponderele materialelor plastice reciclate* - se calculează ce procent din totalul materialelor plastice produse și utilizate sunt reciclate sau reutilizate;
3. *Deșeurile din plastic* - se calculează cantitatea de deșeuri plastice generate la nivelul gospodăriilor și industriei;
4. *Reciclarea materialelor plastice* - se determină rata de reciclare și tipurile de plastic care sunt reciclate cu succes;
5. *Microparticulele plastice* - monitorizarea prezenței microplasticelor în mediu;
6. *Inovații și tehnologii în reciclare* - volumul investițiilor în tehnologii de reciclare avansată și procesare a materialelor plastice;
7. *Conținutul de plastic în produsele de consum* - analiza cantității de plastic utilizat în produse de larg consum;
8. *Schimbarea comportamentului consumatorilor* – urmărirea schimbărilor în modul în care consumatorii percep și gestionează materialele plastice;
9. *Impactul asupra mediului* - evaluarea efectelor deșeurilor de plastic asupra ecosistemelor și biodiversității;
10. *Implementarea legislației și reglementărilor* - măsurarea modului în care legislațiile și reglementările UE sunt aplicate la nivel național.

Prin aceste măsurători, Comisia Europeană își propune să sprijine tranziția către o economie circulară, în care resursele sunt folosite mai eficient, iar deșeurile sunt minime. Aceste inițiative se aliniază obiectivelor UE de a reduce poluarea, de a proteja mediul și de a încuraja sustenabilitatea pe termen lung.

Schimbarea comportamentului consumatorilor reprezintă una dintre opțiunile strategice importante pe care Comisia Europeană le urmărește în cadrul Strategiei pentru materialele plastice, fiind un aspect esențial în procesul de tranziție către o economie circulară și sustenabilă. În acest

context, obiectivul principal este de a urmări și influența schimbările în modul în care consumatorii percep și gestionează materialele plastice, în scopul de a reduce impactul negativ al acestora asupra mediului.

Comisia Europeană și Parlamentul UE își propun să creeze un mediu în care consumatorii sunt mai conștienți de efectele lor asupra mediului și sunt motivați să adopte comportamente care contribuie la protecția acestuia. Schimbarea comportamentului consumatorilor este esențială pentru a atinge obiectivele de reducere a deșeurilor din plastic și promovare a sustenabilității pe termen lung.

Pentru stimularea unor comportamente de consum mai responsabile Comisia Europeană și Parlamentul UE pun accent pe campanii educaționale care să îmbunătățească înțelegerea de către consumatori a impactului materialelor plastice asupra mediului și să promoveze alternative mai ecologice. Astfel, consumatorii sunt încurajați să adopte comportamente mai responsabile, precum reciclarea corectă a plasticului și reducerea utilizării produselor din plastic de unică folosință.

Prin reglementări și stimulente financiare, consumatorii sunt încurajați să aleagă produse și ambalaje mai sustenabile, cum ar fi cele reutilizabile sau fabricate din materiale reciclate. De asemenea, măsurile includ etichetarea clară a produselor pentru a ajuta consumatorii să facă alegeri informate cu privire la impactul lor ecologic. [6]

Industria joacă un rol cheie în schimbarea comportamentului consumatorilor. Comisia susține măsuri prin care producătorii și distribuitorii de produse din plastic sunt încurajați să adopte practici mai responsabile, cum ar fi utilizarea de materiale reciclabile sau biodegradabile și îmbunătățirea designului produselor pentru a facilita reciclarea acestora.

Concluzii. Influența factorilor ecologici asupra comportamentului uman este complexă și multidimensională. În timp ce schimbările de mediu pot stimula comportamente ecologice mai responsabile, ele pot, de asemenea, genera reacții emoționale și atitudini care influențează modul în care oamenii răspund la provocările ecologice. Adaptarea comportamentului uman în fața acestor schimbări este esențială pentru asigurarea unui viitor sustenabil și pentru protejarea mediului înconjurător.

Reciclarea reprezintă un pas esențial în combaterea poluării și în utilizarea eficientă a resurselor. Tendințele recente indică o creștere a eforturilor pentru reciclare, atât la nivel individual, cât și industrial.

Republica Moldova se implică în dezvoltarea sistemelor de colectare separată, prin care cetățenii sortează plasticul, sticla, hârtia și alte materiale care pot fi reciclate. Tehnologiile moderne facilitează reciclarea materialelor care înainte erau greu de reutilizat. Reciclarea chimică și avansată începe să fie tot mai utilizată.

BIBLIOGRAFIE

1. Hotărîrea Guvernului nr. 444/2020 cu privire la instituirea mecanismului de coordonare a activităților în domeniul schimbărilor climatice
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=122314&lang=ro
2. Hotărîrea Guvernului nr. 624/2023 cu privire la aprobarea Programului național de adaptare la schimbările climatice până în anul 2030.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=140163&lang=ro
3. <https://voceabasarabiei.md/pib-ul-mondial-va-suferi-mai-mult-din-cauza-schimbarilor-climatice-decat-se-anticiipa/> (accesat 12.10.2024)
4. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/IP_18_5 (accesat 12.10.2024)
5. <https://www.europarl.europa.eu/topics/ro/article/20181005STO15110/plastic-in-oceane-date-impact-si-noile-reglementari-ue> (accesat 02.11.2024)
6. (<https://bancadealimente.md/raportul-unep-privind-indicele-deseurilor-alimentare-2021/>) (accesat 12.11.2024)