

УСТОЙЧИВОТО ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ В БЪЛГАРИЯ - ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ

доц. д-р Елка Василева
УНСС



www.scp-bg.com

Какво представлява устойчивото потребление?

- Устойчивото потребление дава възможност да се консумират продукти и услуги,
 - които посрещат по ефективен и ефикасен начин нуждите на потребителите,
 - като се минимизира отрицателното въздействие върху обществото, икономиката и околната среда;
- да се посрещнат днешните потребителски нужди, без да се ограничават потребностите и възможностите на *бъдещите поколения*.



Инициативи на ООН за устойчиво производство и потребление



- “Ръководството на ООН за защита на потребителите” - 1985 г.
- “Секция G” за устойчивото потребление - 1999 г.
- световна среща в Йоханесбург - “План за изпълнение” - 2002 г.
- “Маракешки процес” за устойчиво производство и потребление - май 2003 г.



Какво представлява устойчивото потребление?

Фокусира се върху разбирането на:

- движещите сили на консуматорското поведение по света;
- как тези познания могат да бъдат приведени в съответствие с дейността на бизнеса и другите заинтересовани страни.



Налагането и приемането на устойчивото производство и потребление изисква **промени (иновации)**:

- **за бизнеса**

- чрез замисляне и разработване на нови продукти и услуги, които да посрещнат днешните изисквания за качество на живот;

- **за управляващите (правителствата)**

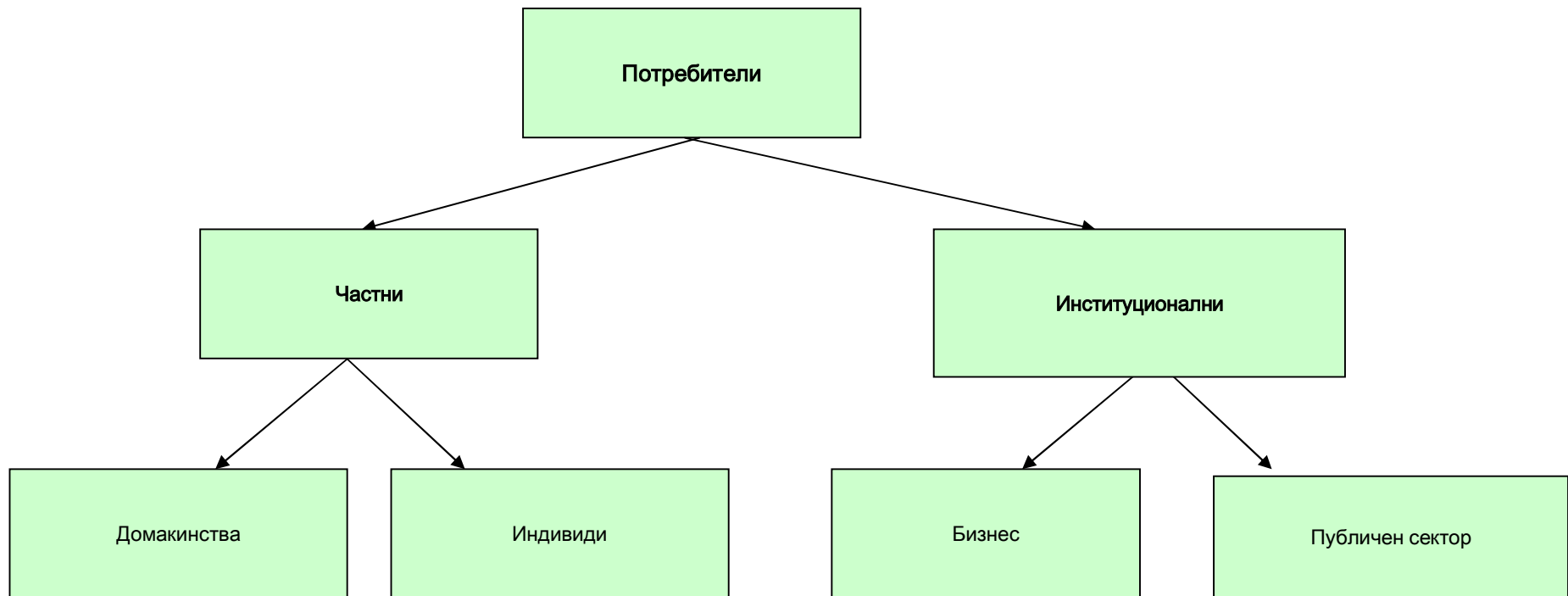
- чрез създаване на подходящи рамки за това да се даде възможност или да се улеснят потребителите и производителите при промяната на техните модели на поведение в тази сфера;

- **за неправителствените организации и всички други заинтересовани страни,**

- с цел усъвършенстване на тяхното взаимодействие, по отношение на устойчивостта на потреблението.



Кои са потребителите?





Устойчиво производство и потребление в България

Цели на изследването:

- да идентифицира **заинтересованите страни**;
- да проучи техните нагласи, свързани със създаването на устойчиво производство и потребление в България.



Устойчиво производство и потребление в България



- България, е въвела в своето **законодателство** задължителните европейски подходи, свързани с опазването на околната среда и защитата на потребителите.
- ратифицирани са няколко *международни конвенции* и са възприети редица доброволни модели, прилагани в европейската практика за създаване на устойчиво потребление и производство.



Устойчиво потребление в България



- през 1992 г. - **Национална комисия по устойчиво развитие** - държавни институции и неправителствени организации
- през 2000 г. - **Национален комитет на UNEP**
 - популяризиране на концепцията за “устойчиво потребление и производство”
- **Проект на Стратегия за устойчиво развитие на Република България**, част “Устойчиво потребление и производство”, 2007 г.



Правителствена политика за устойчиво производство и потребление в България

Хипотези

- **липсва ясно изразена и целенасочена правителствена политика** за създаване на устойчиво производство и потребление.
- **липсва съгласуван подход** за координация на политиките, програмите и проектите в различни сфери и различни нива в цялостния процес на устойчиво производство и потребление.



Методика

- дълбочинно интервю
- лица-експерти, които са много добре запознати с изучавания проблем и са в състояние да
 - разширят, обогатят, уточнят, коригират или променят представите за него.
- в периода м. септември – м. октомври 2008 г. в София и в други градове в страната



Участници в проучването

Институция/организация	Участници (брой)	Относителен дял (%)
<i>Държавни и правителствени органи:</i>	13	34,2
Министерство на околната среда и водите (МОСВ)	4	10,5
Министерство на икономиката и енергетиката	3	7,9
Агенция по обществени поръчки	1	2,6
Министерство на образованието и науката	2	5,3
Министерство на земеделието и продоволствието	2	5,3
Български институт за стандартизация	1	2,6
<i>Неправителствени организации (НПО)</i>	4	5,3
<i>Организации на потребителите в България</i>	3	7,9
<i>Организации за оползотворяване на отпадъци от опаковки</i>	4	10,5
<i>Бизнес и браншови организации</i>	3	7,9
<i>Производители и дистрибутори</i>	2	5,3
<i>Медии и специализирани издания</i>	3	7,9
<i>Консултантски и сертифициращи организации</i>	4	10,5
<i>Обучаващи организации</i>	2	5,3
<i>Общо</i>	38	100

I. Политика за устойчиво производство и потребление в България

Как се дефинира устойчивото потребление в България?

Има ли необходимост от национална политика за устойчиво потребление?

Къде е мястото на политиката за устойчивото потребление?



Как се дефинира устойчивото потребление в България?

- оформен консенсус - устойчивото развитие като **актуална тематика**.
- няма публичност на определението за устойчиво потребление,
- обществото (потребителите) е слабо запознато със спецификата му и не го разпознава.



Как се дефинира устойчивото потребление в България?

“Не е необходимо непременно да е налице **висок икономически растеж** за да се налага устойчивото потребление в България.”

като важна част от понятието устойчивото развитие, определено като “**Да се запази природата за следващите поколения!**”.



Има ли необходимост от национална политика за устойчиво потребление?

Всички участници в интервюто подчертават необходимостта от национална политика за устойчиво потребление

Насърчаване на устойчивото потребление от страна на държавата.

Акцентът в нея трябва да е върху **продукта и продуктовата политика.**



Има ли необходимост от национална политика за устойчиво потребление?

Експертите отчитат **закъснение**

Причините:

- в липсата на административен капацитет,
- отзивчивост от страна на бизнеса,
- недостатъчна образователна дейност сред потребителите
- ниска мотивираност на общинските власти за насърчаване на устойчиви практики на потребление.



Къде е мястото на политиката за устойчивото потребление?

- политиката за устойчиво потребление трябва да бъде част от **Националната стратегия за устойчиво развитие** (над 50 % от участниците)
- предлагат да има специално създадена институция - **ведомство (агенция)** или **ведомство-лидер**.



Къде е мястото на политиката за устойчивото потребление?

- политиката за устойчиво потребление трябва да бъде *представена отделно*
 - за да се диференцира от други политики,
 - за да акцентира на устойчиво потребление и
 - да има единна държавна концепция.
- Това би било гаранция за нейната ефективност.
Според трима респонденти (7,9 % от участниците)



II. Действия за реализиране на политиката за устойчиво производство и потребление в България

*Консолидиране на заинтересованите
страни*

*Интеграция с други политики и
стратегии*

*Интеграция на различни сектори и
инструменти*

Създаване на потребителска култура



III. Инструменти за постигане на устойчиво производство и потребление в България

Регулаторни (административни) инструменти : нормативни актове, наредби, закони, които да регламентират и да стимулират устойчиви производства, услуги и дейности.

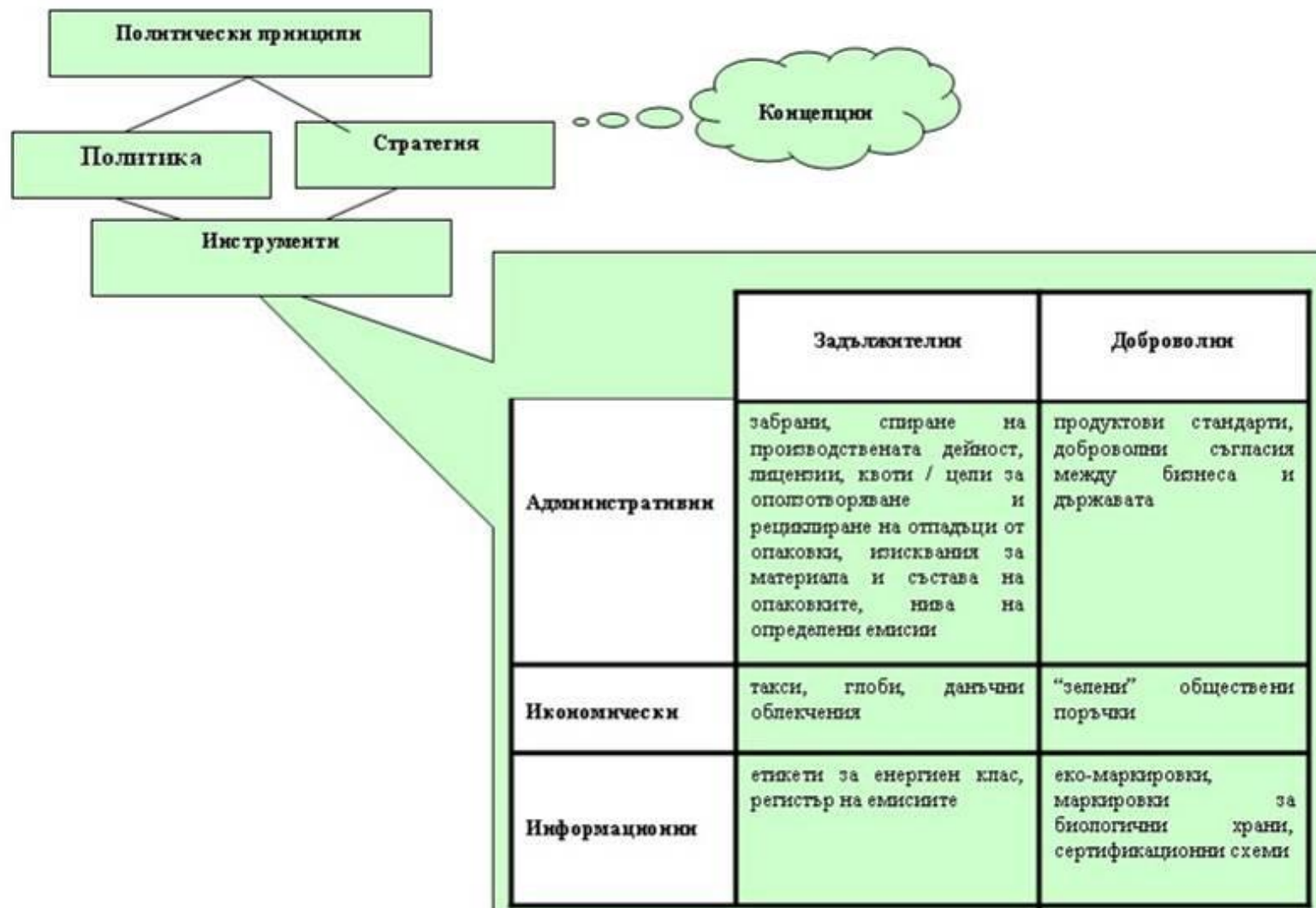
Информационни инструменти: нагласи и обучение; потребителска информация; екомаркировка и др.

Икономически инструменти:

Санкциониращи - такси, глоби, спиране на производствената дейност и др.

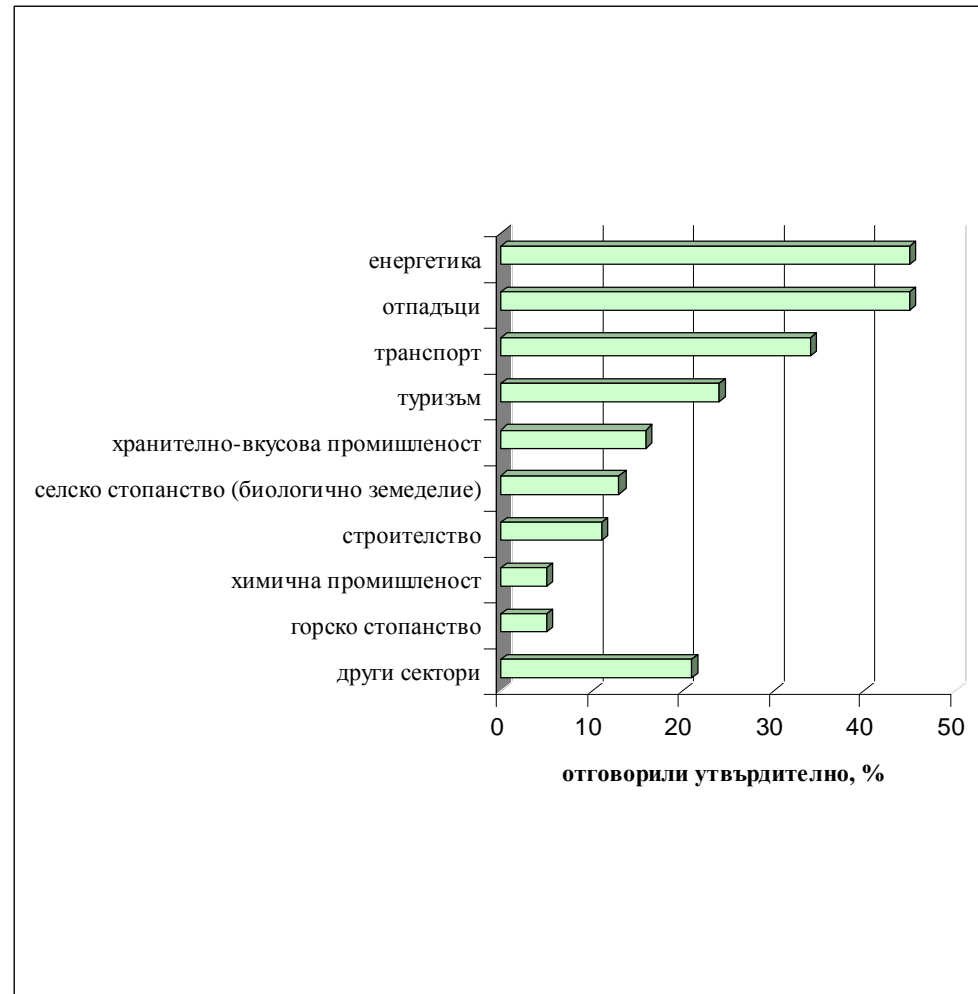
Стимулиращи - данъчните облекчения за тези които инвестират в енергийната ефективност, директното подпомагане на производители.





Фиг. 3 Връзка между политиката, стратегията и инструментите за устойчивото потребление.

IV. Ключови сектори на национално ниво



Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.



Заклучение

Идентифициране на заинтересованите страни от развитието на устойчивото производство и потребление в България

Осъзнаване на активна им роля: да окажат своето въздействие за създаване на устойчиво производство и потребление.

Заклучение

Понятие за устойчиво производство и потребление

Участниците в проучването смятат за актуална концепцията за устойчивото производство и потребление, но се затрудняват да дадат обобщено определение.

Те декларират, че в българското общество (особено сред потребителите), слабо се познава съдържанието на това понятие.

Заклучение

Национална политика за устойчиво производство и потребление

Всички участници споделят мнението, че има необходимост от национална политика.

Отбелязва се закъснение в тази посока, макар че законодателната основа вече е поставена.

Заклучение

Мястото на политиката

- Подходящото място на политиката за устойчиво производство и потребление е в Националната стратегия за устойчиво развитие - **Кога ?!**
- Открито е и друго мнение, че политиката за устойчиво потребление трябва да бъде отделно, което предполага по-голяма ефективност.

Заклучение

Устойчивото потребление изисква ***интергриран подход***, който да обхване широк спектър от участници като ***заинтересовани страни***

Взаимното допълване и кохерентност на националната политика за устойчиво производство и потребление с европейската политика

Интегриране на политиката за устойчиво производство и потребление с други национални политики и стратегии.





Заключение



В **страните от Западна Европа** -
нуждите на
устойчивото
потребление са
насочени към
нарастващото
потребление
(благосъстояние)

в България има
нужда от
национална
политика и
действия за
създаване на
подходящи модели
в тази област

Участие на всички заинтересовани страни

- Икономическите промени в България през последните години предлагат уникална възможност
- за “скок” към по-устойчиви модели на производство и потребление.





Благодарности

на Министерство на образованието,
младешта и науката, Фонд “Научни
изследвания” за финансирането на
Проект ВУ–ОХН 204/2006 в
периода 2006 – 2010 г.

Благодаря за вниманието!

доц. д-р Елка Василева

УНСС

Студентски град "Хр. Ботев"
София 1700

тел. 02/8195 422; 02/8195 414

E-mail: elkav@unwe.acad.bg

www.scp-bg.com



Действия за устойчиво потребление:



- Продукти, услуги и технологии, въздействащи на околната среда;
- Програми за рециклиране на отпадъци и продукти;
- Регулаторни механизми;
- Икономически инструменти;
- Публична (продуктова) информация;
- Независими изпитвания на продуктите;
- Изследване на потребителското поведение;
- Устойчиви практики (“зелени” изисквания при обществените доставки);
- Нагласи и информационни кампании.