

Список литературы:

1. Лоренц, К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества / К. Лоренц. – Москва : Республика, 1998. – 393 с.
2. Влияние индустрии моды на экологию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vital.lib.tsu.ru>. – Дата доступа: 15.10.2022.
3. 2018 Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study [Electronic resource]. – Mode of access: https://quantis.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=by. – Date of access: 15.10.2022.
4. Куфар – крупнейшая площадка объявлений в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kufar.by/1>. – Дата доступа: 15.10.2022.
5. Что такое осознанное потребление и почему нужно о нем задуматься каждому [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/media/lifehubpro/chto-takoe-osoznanное-potreblenie-i-pochemu-nujno-o-nem-zadumatsia-kajdomu-5e90c32d7ba2935da05d1a13>. – Дата доступа: 15.10.2022.

УДК 339.138

ЭКОСОЗНАТЕЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЕГО РОЛЬ В МАРКЕТИНГЕ

Д. С. САКУН, А. А. ЛИТВИНОВА

Научные руководители – Полещук Н. А., к. э. н., доцент;
Кудасова Е. В., ассистент, магистр экономических наук
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

Наши дома, одежда, транспорт и даже будущее – дизайн-проекты. И если первые пункты списка должны делать жизнь легче и комфортнее, последний связан с концепцией устойчивого развития. Ее цель – удовлетворить наши потребности и, что самое важное, потребности будущих поколений.

Экодизайн – сложная и актуальная тема, заслуживающая внимания. В этой работе исследованы его важность и примеры использования в маркетинге различных компаний.

Основная задача экодизайна – создание продукции, совместимой с окружающей средой, что подразумевает снижение или устранение негативного воздействия на природу посредством использования альтернативных ресурсов и энергии, негорючих, переработанных или предназначенных для переработки материалов и возобновляемых процессов производства, максимальную экономию материалов, учет долговечности изделия с оптимальным соотношением затрат материалов и продолжительности жизни изделий, возможность их утилизации по окончании срока службы [1].

Имея цель построить лучшее будущее, экосознательный дизайн касается многих сфер – от красоты до архитектуры. Более того, именно на этапе дизайна закладывается степень влияния на окружающую среду в течение жизненного цикла продукции. Экодизайн призывает производителей обращать внимание на возобновляемые ресурсы, а не полагаться на углеводородную энергетику и пустую трату воды.

Сейчас, когда осведомленность о данном вопросе растет, люди готовы перейти на устойчивый образ жизни. Единственное, что может останавливать их, – стоимость экопродуктов. Дизайнеры и производители ответственны за это в равной мере. Они должны стремиться к снижению себестоимости экотоваров и мотивировать других переходить на них [2].

Существует большое количество примеров зарубежных брендов, придерживающихся принципов экодизайна. Так, британский бренд People Tree занимается выпуском органической женской одежды, белья и аксессуаров. Для этого используются натуральные материалы – хлопок, лен, тенсель и др. Все вещи производятся вручную, что снижает расходы электроэнергии и воды, а также обеспечивает мастеров из беднейших стран мира работой [3].

Компания Lush изготавливает ручную натуральную косметику, которая не тестируется на животных. Красителями являются фрукты и овощи, с недавнего времени бренд отказался от пальмового масла из-за вырубки джунглей. Особое внимание Lush уделяет формату продукции (твердые форматы и концентраты с целью экономии воды) и упаковке: она либо отсутствует, либо содержит в себе пластик из океана. Для дополнительной упаковки используется макулатура [4].

Икеа – шведский бренд мебели, стремящийся использовать переработанные и натуральные материалы, такие как дерево, лен, шерсть и др. Икеа способствует посадке лесов, а закупаемый фирмой хлопок выращивается с минимальным количеством пестицидов. Более 30 % товаров полностью состоят из переработанного сырья. Бренд призывает не выбрасывать старую мебель, а дать ей новую жизнь: в их фирменном магазине можно приобрести принадлежности для покраски и ремонта [5].

Для изучения ситуации на белорусском рынке был проведен опрос, в котором приняло участие 103 респондента. По результатам данного исследования выявлены следующие заблуждения относительно экосознательного дизайна: более 10 % опрошенных считают, что к экосознательному дизайну относятся лишь зеленый цвет товара, наличие слов «эко» и «био», картонная или бумажная упаковка. Лишь 3 % респондентов знают, что экосознательный дизайн предполагает рациональное использование ресурсов.

Безусловно, есть и положительные моменты: более 70 % респондентов выразили готовность платить до 20 % больше за экологически чистую продукцию для поддержки экобрендов; более 45 % ответственно относят-

ся к выбору материалов одежды (меньше всего предпочтений было отдано синтетическим материалам); 75 % опрошенных отдают предпочтение товарам с экоупаковкой.

Также был выявлен ряд проблем: более 30 % опрошенных не знают примеры экодизайна среди продукции производителей Беларуси; 55 % опрошенных не знают, где можно приобрести экологически чистую продукцию. Это свидетельствует о низкой осведомленности населения о белорусских экобрендах и низкой заинтересованности проблемами экологии в нашей стране.

Пути решения данных проблем: повышение уровня экологического образования и воспитания населения путем проведения общественных мероприятий на данную тему; обеспечение полной гласности, доступности информации о состоянии окружающей среды; оповещение населения об экологически опасных ситуациях; распространение концепции экологически рационального дизайна на этапе разработки продукции; инвестиционная поддержка новых перспективных экобрендов.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что одна из основных причин экологического кризиса в Республике Беларусь состоит в приоритетном развитии в течение многих лет ресурсоемких, многоотходных отраслей материального производства. В этих условиях именно от знаний об актуальных проблемах экологизации экономического развития во многом зависит оптимизация эколого-экономического развития Республики Беларусь в контексте концепции устойчивого роста.

Список литературы:

1. Панкина, М. В. Экологический дизайн как направление современного дизайна. Определение понятия [Электронный ресурс] / М. В. Панкина, С. В. Захарова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=9670>. – Дата доступа: 20.10.2022.
2. Информационный портал DepositPhotos [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.depositphotos.com/ru/sustainable-design.html>. – Дата доступа: 20.10.2022.
3. Интернет-магазин People Tree [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.peopletree.co.uk/about-us/environment>. – Дата доступа: 21.10.2022.
4. Интернет-магазин Lush [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lushrussia.ru/articles/article/politika-vzaimodeystviya-s-okruzhayuschey-sredoy>. – Дата доступа: 21.10.2022.
5. Интернет-магазин Ikea [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ikea.com/ru/ru/this-is-ikea/sustainable-everyday/syre-i-proiskhozhdenie-tovara-pub47a5ba42>. – Дата доступа: 20.10.2022.