

УДК 646.6

**ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ОЗНАКОМЛЕННОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ТОВАРАМИ “ZERO WASTE”**

В. В. СОБОЛЬ, А. А. КОНОНЧУК

Научные руководители – Полещук Н. А.,
кандидат экономических наук, доцент;

Кудасова Е. В., ассистент, магистр экономических наук
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

В наше время человек наносит окружающей среде непоправимый вред: стремительно ухудшается генофонд, происходит вырубка леса, осушается и загрязняется почва, водных ресурсов, пригодных для использования, становится все меньше. Поэтому тематика экологии в данной исследовательской работе имеет высокую актуальность. В последнее время человечество стало задумываться о проблеме загрязнения экологии, а также искать возможные способы снижения негативного воздействия на природу. Одним из способов является переход на осознанное потребление экологически чистых товаров и товаров “zero waste”, при производстве которых затрачивается минимальное количество вредных материалов, а также остается минимальное количество отходов при использовании и утилизации. Однако из-за низкой осведомленности потребители склонны покупать прежние товары, боясь попробовать нечто новое и неизведанное, но экологически чистое, не приносящее такого значительного вреда окружающей среде. В нашем исследовании мы решили выяснить, насколько осведомлены потребители о проблеме загрязнения окружающей среды, а также насколько они готовы действовать и переходить на использование товаров “zero waste”.

Исследование проводилось с 11.10.2022 г. по 21.10.2022 г.

Цель исследования – получение реальной картины готовности потребителей к переходу на осознанное потребление товаров “zero waste”.

Объект исследования – Товары “zero waste”, произведенные по технологии безотходного производства.

Предмет исследования – ознакомленность белорусских потребителей с проблемой загрязнения экологии, а также осведомленность о понятии “zero waste”.

Данная исследовательская работа будет полезна тем, кто готов перейти на осознанное потребление, однако по той или иной причине сомневается в правильности своего решения, а также всем тем, кто добросовестно относится к защите окружающей среды.

В ходе исследования приоритетным вопросом была рассмотрена следующая формулировка: «Если бы у вас была возможность, вы бы перешли на использование товаров “zero waste”?»

Исследуемый сегмент: потребители, различные по возрасту, полу, уровню дохода и отношению к проблеме загрязнения окружающей среды. Выборка составила 164 человека. 58,5 % опрошенных – лица женского пола.

По результатам опроса, 68,3 % опрошенных заявили о готовности к переходу на осознанное потребление товаров; 25,6 % сомневаются в своей готовности в связи с различными финансовыми обстоятельствами и взглядами на жизнь; 6,1 % заявляют о нежелании менять свои взгляды на потребляемую продукцию, утверждая, что их мало волнует негативно изменяющаяся экология.

Стоит отметить, что на вопрос «Заботит ли вас загрязнение окружающей среды?» 93,2 % опрошенных ответили «Да», однако 28,1 % из них добавили, что ничего не делают для изменения текущей ухудшающейся ситуации в отношении экологии.

На вопрос «Что вы делаете для снижения вредного воздействия на экологию?» самыми популярными стали следующие ответы: сортирую мусор, сдаю бумагу на макулатуру, экономлю воду и электричество, покупаю бывшую в употреблении одежду.

Предложения:

1. Просвещение: необходимо предать проблему загрязнения экологии огласке с целью привлечения общественного внимания посредством СМИ, художественных выставок, флешмобов и т. д.

2. Реклама: необходимо чаще рекламировать экологически чистые товары “zero waste”, привлекая внимание потребителя основными положительными свойствами товаров, обосновывая безопасность использования и утилизации данных товаров для окружающей среды.

3. Создание условий для заботы об экологии: необходимо наладить правильную сортировку мусора, для этого различные отходы должны сгружать несколько специализированных машин, при этом не смешивая отходы; на улицах города должно появиться больше баков для раздельной сортировки мусора. Люди готовы действовать, так дайте им возможность сохранить экологию!

Список литературы:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. – 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М. : Вильямс, 2016. – 752 с.
2. Котлер, Ф. Лексический маркетинг. Технология поиска революционных идей / Ф. Котлер. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 206 с.