

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.А. ДЕНИСОВА, К.А. ПОХОЖАЙ

Научный руководитель – В.А. Усевич

*Белорусский государственный технологический университет
Минск, Беларусь*

Цели устойчивого развития – это стратегия всего человечества для того, чтобы будущему поколению передать планету в хорошем состоянии и сформировать условия для развития общества, экономики и экологии.

25 сентября 2015 года государства-члены ООН приняли Повестку дня в области устойчивого развития до 2030 года. Она содержит 17 Целей устойчивого развития, направленных на ликвидацию нищеты, сохранение ресурсов планеты и обеспечение благополучия для всех. Республика Беларусь принимала активное участие в разработке Повестки-2030 на всех ее этапах и взяла на себя обязательства по достижению Целей устойчивого развития [1].

25 мая 2017 был создан Совет по устойчивому развитию, в том числе на региональном уровне, а также парламентская группа для работы по вопросам ЦУР, разработана и принята Дорожная карта по реализации ЦУР в Республике Беларусь до 2030 г. В качестве одного из приоритетов в данном документе выделен «зеленый» переход к устойчивому росту, базирующийся на требованиях ЦУР-12 «Ответственное потребление и производство» [2].

Население планеты растет с каждым годом. Это приводит к увеличению потребления и спроса на природные ресурсы. На данный момент около трети всего производства оказывается в мусорном баке потребителей. Населению стоит задуматься о количестве приобретаемых продуктов и их необходимости. Уже существует множество способов сократить объем отходов и тем самым снизить объемы производства.

В Беларуси активно проводятся мероприятия по информированию граждан о необходимости сортировки мусора, переработки

отходов, экономии электричества и воды. Внедряются современные энергосберегающие технологии, популяризируется общественный транспорт, вводятся льготы на проезд, проводятся программы по сортировке и переработке отходов, внедряются экологические стандарты и сертификация, помогающие контролировать и уменьшать негативное воздействие на окружающую среду [3]. Что же можно сделать еще?

Экологический маркетинг является одним из важных инструментов устойчивого развития Республики Беларусь. Этот подход предполагает интеграцию экологических аспектов во все сферы деятельности, включая бизнес и маркетинг. В контексте устойчивого развития, экологический маркетинг представляет собой комплекс мер и стратегий, направленных на создание и продвижение экологически чистых продуктов и услуг, а также на формирование экологического сознания у потребителей.

Информирование потребителей является неотъемлемой частью экологического маркетинга. Необходимо привлекать внимание к этой теме, говорить о последствиях, осведомлять покупателя о том, какой вред данный продукт несет окружающей среде. Этого можно достичь посредством различных маркетинговых коммуникаций, таких как маркировка продукции, реклама, упаковка.

Так же привлечь потребителя к сортировке мусора и разумному потреблению можно при помощи предоставления различных льгот и бонусов. Например, покупатели в магазине могут получать определенную скидку на продукцию за сдачу пластиковой упаковки. Или взамен на пластиковую упаковку они могут получать тару, сделанную из экологически чистых материалов. Данные мероприятия помогут в снижении доли отходов, переработка которых невозможна ввиду неправильного разделения отходов при их сборе.

Снижения количества неразлагаемых отходов и отходов, не поддающихся переработке можно достичь при помощи введения налога на бесплатное предоставление полиэтиленовых пакетов в магазинах, повышения цены полиэтиленовых пакетов, полного запрета на использование полиэтиленовых пакетов, замещение упаковки из неразлагаемых материалов и упаковки из материалов, не подлежащих переработке, другими видами, которые либо подлежат вторичному использованию, либо быстро разлагаются в природе.

Дабы привлечь потребителя к экологической продукции компании необходимо включать экологическую информацию в рекламные

материалы, показывать свою экологичность при помощи упаковки, внедрять программы переработки, проводить экологические кампании и акции.

Все эти способы могут помочь компаниям осуществить экологический маркетинг и привлечь внимание экологически осознанных потребителей, что в свою очередь может способствовать устойчивому развитию и снижению негативного воздействия на окружающую среду.

Важно отметить, что для дальнейшего развития экологического маркетинга в Республике Беларусь необходимо усилить сотрудничество между бизнесом, государством и общественными организациями. Только совместными усилиями можно добиться значительного прогресса в области устойчивого развития и создания экологически чистой среды для будущих поколений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цели устойчивого развития в Беларуси [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: https://mir.pravo.by/edu/sdg/celi_ustojchivogo_razvitiya/. – Дата доступа: 02.12.2023.
2. Устойчивое развитие [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: <https://mfa.gov.by/multilateral/sdg/>. – Дата доступа: 02.12.2023.
3. Бунько, С.А. Развитие экологического маркетинга в контексте устойчивого развития Республики Беларусь / С.А. Бунько // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2021. – Вып. 13. – С. 103–111. DOI: 10.21122/2309-6667-2021-13-103-111.