

«ЗЕЛЕНЫЙ» ПРОДУКТ КАК СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

А.В. МОТОРОВИЧ

*Научный руководитель – С.Л. Тришина
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь*

Экологический маркетинг – это маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей целевой аудитории через продажу товаров, которые не оказывают отрицательного воздействия на окружающую среду. Его главной целью является популяризация «зеленых» продуктов и формирование ответственного потребления у пользователей [1].

«Зеленый» продукт – это товар, который был разработан таким образом, чтобы оказывать минимальное воздействие на окружающую среду. К ним может относиться продукция, изготовленная из переработанных материалов, предназначенная для повторного использования или вторичной переработки, а также изготовленная из возобновляемых ресурсов. Экологически чистыми либо «зелеными» продуктами также могут считаться те товары, которые были сертифицированы определенными организациями как экологически чистые [2].

Сделать «зеленые» товары стандартом является основной целью экологического маркетинга. Поэтому, перед ним стоят следующие задачи:

- повышение экологической осознанности среди потребителей;
- разработка и продвижение «зеленых» товаров;
- популяризация экологически чистых товаров и услуг на рынке;
- формирование на рынке экопотребностей;
- экологизация производства.

Далее рассмотрим примеры «зеленых» товаров и их роль в сокращении отрицательного влияния на состояние окружающей среды и возможность их применения в разработке маркетинговых стратегий.

Ежегодно в мире производится около 100 миллиардов единиц одежды. Объем отходов «модной индустрии», включая нераспроданную одежду, достигает 92 миллионов тонн. Несмотря на то, что текстиль поддается почти 100-процентной переработке, большая часть этого «мусора» отправляется на свалку [3].

Одежда – это то, без чего мы не можем обойтись. Она является неотъемлемой частью нашей жизни. Одежда из переработанной ткани является примером экологически чистого продукта.

Компании, производящие «зеленую» одежду, могут добиться значительных успехов в области продвижения своих товаров, т.к. «зеленый» тренд продолжает распространяться по всему миру и все больше людей думают об экологической безопасности.

Однако такие «зеленые» товары имеют определенный недостаток – высокую стоимость, ввиду того, что в их себестоимость входит переработка тканей и одежды, бывших в употреблении.

Следующим вариантом «зеленого» товара являются биоразлагаемые стаканчики для кофе из тростника и крахмала.

Каждые 5 минут в мире выпивают 2 миллиона чашек кофе. По данным Greenpeace, в России ежегодно используется и выбрасывается порядка 41 миллиарда «бумажных» стаканчиков. В Германии каждый час выбрасывается 320 000 такой посуды, а в Великобритании – 5 000 штук в минуту. По данным проекта Eco to go, каждый час полигоны пополняются 120 тысячами одноразовых стаканчиков, а цифра производства достигла 50 миллиардов штук в год. Один такой стакан разлагается в среднем 30 лет, и переработать его сложно, потому что нужно отделять тонкий слой пластика от бумажной оболочки, но к сожалению большинство людей считают такую посуду безвредной для экологии [4].

Ситуацию усугубила пандемия COVID-19, т.к. люди стали использовать многоразовую посуду в кофейнях все реже в целях защиты от вируса.

Отказ от бумажных стаканчиков сохранил бы 367 000 тонн древесины и 5,8 млрд. л воды в год и уменьшил бы количество ежегодно выбрасываемого мусора на 42 000 тонн.

Стаканчики из сахарного тростника – это на 100% натуральная посуда растительного происхождения, изготовленная из спрессованных остатков тростниковых стеблей, которая на сегодняшний день остается самой экологически чистой. Они достаточно прочные даже без добавления пластика или химических соединений.

Для тростниковых стаканов разработаны крышки из сахарного тростника. Они не нагреваются от пара, плотно прилегают к стакану и быстро разлагаются после использования.

Использование «зеленых» стаканчиков и крышек обеспечило бы кофейням, использующим их, дифференциацию и конкурентное преимущество.

Бытовая химия и косметические средства – основной источник загрязнения мирового океана химикатами и пластиковыми отходами, которые через питьевую воду попадают в организм человека и оказывают влияние на сердечно-сосудистую, эндокринную и другие системы. Новым направлением очищающих и косметических средств является производство продукции на основе мыльного ореха и природных минералов.

Мыльные орехи – это плоды мыльного дерева, которые содержат «сапонин». Они являются 100% натуральной альтернативой химическим стиральным порошкам и моющим средствам. При контакте с водой орехи создают мыльный раствор очень похожий на мыло. Они могут быть использованы для стирки любых типов тканей и при любых температурах. Это 100% замена традиционных моющих средств [5].

Мыльные орехи подходят для аллергиков и младенцев, людей с чувствительной кожей и кожными заболеваниями. Они не содержат химических веществ и отлично подходят для стирки детской одежды. Мыльные орехи гипоаллергенны, обладают естественным антибактериальным и противогрибковым эффектом.

Мыльные орехи очень экологичны и экономичны по сравнению с другими моющими средствами. Их можно использовать для всего: стирки белья, чистки украшений и придания им блеска, в качестве средства для уборки дома, мытья рук и вместо шампуня. Орехи имеют долгую историю: на протяжении многих сотен лет жители Индии и Непала использовали их в хозяйстве.

Средства для уборки дома и косметика также производятся из природных минералов. Натуральные минералы, которые подвергаются стерильной очистке, не вызывают раздражения и аллергии при применении. Из измельченных в порошок минералов делают «зеленые» пудру, румяна, тени для глаз, помаду, а также кристаллические дезодоранты, которые являются достойным аналогом дезодорантов в баллончиках, которые при этом не разрушают озоновый слой [6].

Торговые организации, реализующие натуральные косметические средства, могут использовать «зеленые» продукты как ключевой фактор построения конкурентоспособной маркетинговой стратегии, т.к. магазины натуральной косметики набирают все большую популярность.

Таким образом «зеленые» продукты могут быть изготовлены из широкого спектра материалов, обладающих многофункциональными свойствами. Такие товары выделяются на фоне остальных и превос-

ходят конкурентов благодаря технологии их производства и составу, не оказывающих загрязняющего или разрушающего воздействия на окружающую среду, что критически важно на современном этапе для обеспечения устойчивого развития экономики и благосостояния человечества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Т.С., Кускова Е.С., Карпова Н.П. Экологические направления развития логистики // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 6 (34). – С. 21–23.
2. Борисова В.В, Кононенко Е.С. Логистика и ресурсосбережение. – Ростов-на-Дону. Изд-во РГЭУ «РИНХ», 2003. – С. 34.
3. А вы знаете, сколько человек пьет кофе вместе с вами? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dimaestri.com/blogs/news/a-vy-znaete-skolko-chelovek-pet-kofe-vmeste-s-vami>. – Дата доступа: 01.12.2023 г.
4. Стаканчик кофе без вреда для экологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ekofriend.com/articles/ekoposuda/stakanchik-kofe-bez-vreda-dlya-ekologii>. – Дата доступа: 01.12.2023 г.
5. Что такое мыльные орехи? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eco-tut.ru/stati-i-otzyvy/pochemu-vy-mojete-ispolzovat-mylnye-orehi>. – Дата доступа: 02.12.2023 г.
6. Как косметические бренды заботятся об экологии океана и какая польза от этого вам? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://foamstore.ru/info/kak-kosmeticheskie-brendy-zabotyatsya-ob-ekologii-okeana-i-kakaya-polza-ot-etogo-vam/>. – Дата доступа: 02.12.2023 г.