

ных данных в интернете осуществляется на уровне законодательства стран (стоит отметить, что государственное регулирование все больше ожесточается в этом направлении), а также требованиями самих рекламных систем.

Аутсорсинг рекламных услуг становится более технологичным, гибким и data-ориентированным, что позволяет персонализировать рекламные предложения для пользователей и при этом повышать эффективность для рекламодателей. Компании ищут подрядчиков, способных сочетать креатив с аналитикой, быстро адаптироваться к изменениям платформ и законодательства, обеспечивать измеримую эффективность.

Источники

1. Глобальный рынок услуг традиционных рекламных агентств. Анализ размера, доли и воздействия COVID-19 по типу (онлайн-сервисы, офлайн-сервисы), по конечным пользователям (государственные учреждения, предприятия), по регионам (Северная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион, Ближний Восток, Африка). Анализ и прогноз до 2022-2030 гг. // SPHERICAL INSIGHTS. — URL: <https://www.sphericalinsights.com/ru/reports/traditional-advertising-agency-service-market> (дата обращения: 14.04.2025).

2. Дудко, Е.Н. Роль бренда в конкурентной стратегии компании / Е.Н. Дудко // Экономика і організація управління. — 2020. — № 1 (37). — С. 1–11.

К. Бабикова, А. Бурая

*Научный руководитель — С.В. Савенко
БГЭУ (Минск)*

UNDERCONSUMPTION КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕПОТРЕБЛЕНИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В последние десятилетия проблема перепотребления достигла угрожающих масштабов. Согласно отчету ООН, человечество сейчас потребляет на 75 % больше ресурсов, чем планета способна воспроизводить. Это привело к тому, что День экологического долга (момент, когда мы исчерпываем годовой запас возобновляемых ресурсов) сдвинулся с декабря в 1970-х гг. на 1 августа к 2024 г. Можно заметить, что многие страны стараются уменьшить наносимый вред, вводя законы и повышая налоги на загрязнение окружающей среды, но проблема все еще остается актуальной.

Цель данной работы — привлечь общественное внимание к проблеме неадекватного потребления и к такому методу ее решения, как *underconsumption*, или разумное потребление.

Корни проблемы уходят в послевоенную эпоху, когда экономический рост стал измеряться объемами потребления. Массовое производство беспрерыв-

но создает огромные маркетинговые кампании и тренды, убеждая людей в том, что им нужно все, что они предлагают. Исследования Nielsen показывают, что среднестатистический житель развитых стран подвергается воздействию около 4000 рекламных сообщений ежедневно, что не может не формировать искусственные потребности и не вести людей в магазины.

Разумное потребление из нишевой идеи превратилось в глобальное движение в 2024 г. благодаря тренду в приложении TikTok под названием Underconsumption core. Пользователи начали размещать видео, в которых показывают покупки из комиссионных магазинов и секонд-хендов, скромные гардеробы и используемые по максимуму вещи. Эта идея успешно сыграла на контрасте с тем контентом, к которому мы привыкли за последний десяток лет: распаковки посылок, одежды и макияжа.

В соответствии с наблюдениями eMarketer количество просмотров по хештегу *#deinfluencing* возросло с 208 млн в феврале 2023 г. до 1,3 млрд в январе 2024 г. Хештег *#underconsumptioncore* собрал 2,1 млрд просмотров на TikTok к июню 2024 г. Возникновение и популярность этого тренда можно связать с актуальными проблемами: экономическая нестабильность, проблемы окружающей среды, социальное давление и др.

Underconsumption затрагивает проблему с разных углов, однако особенно тревожная ситуация сложилась в индустрии моды. Скорость распространения информации в интернете и возможность покупать вещи по низкой цене привели к повышению скорости смены трендов, а этот факт, в свою очередь, привел к такому явлению, как «быстрая мода». Последствие быстрой моды — производство дешевых трендовых вещей плохого качества, рассчитанных на один сезон. По данным Ellen MacArthur Foundation, мировая текстильная промышленность производит 100 млрд единиц одежды ежегодно, и 60 % этой одежды выбрасывается в течение первого года (Greenpeace 2023). А тем временем на производство одной пары джинсов уходит около 7,5 т воды — столько же человек выпивает за 7 лет! Нетрудно догадаться, что все это сильно вредит окружающей среде.

Движение разумного потребления продвигает идею использования вещей по мере надобности: лучше купить одну, но качественную вещь и носить ее длительный срок, чем заполнять гардероб большим количеством одежды, которая быстро потеряет свой вид; не выбрасывать ненужные, но хорошие вещи, а перепродавать или отдавать тем, кто в этом нуждается. За последние 5 лет продажи секонд-хендов выросли на 275 %. Эта тенденция призывает использовать ресурсы как можно дольше.

Следующей проблемой является пластик и другой неразлагающийся мусор. Последователи underconsumption выступают за многоразовые альтернативы, например термосы и термочашки вместо одноразовых стаканчиков, тканевые шопперы вместо пластиковых пакетов в магазинах и т.д.

Также оно затрагивает тему траты пищи впустую. В США ежегодно выбрасывается еда на 218 млрд долл. США, а по данным FAO, 30 % всех производи-

мых продуктов отправляется на свалку. Адекватное потребление и осознанные покупки позволят семье из 4 чел. сэкономить до 1500 долл. США в год.

Корпоративный сектор также активно адаптируется к новым реалиям. Лидеры изменений:

1. IKEA — к 2030 г. перейдет на 100 % перерабатываемые материалы.
2. Patagonia — ремонтирует 100 000 изделий ежегодно.
3. Unilever — сократил с 2020 г. производство пластиковой упаковки на 250 000 т.

Разумное потребление затрагивает не только экономические вопросы, данная тема также касается заботы об окружающей среде, потребительского поведения и социального равенства. Ставя в приоритет компании, которые разумно используют ресурсы, и продвигая среду, где потребление адекватное и ответственное, мы можем поспособствовать экономическому росту:

- переход на циркулярную экономику создаст 18 млн новых рабочих мест к 2030 г.;
- снижение потребления на 20 % уменьшит углеродный след на 35 %;
- разумное использование ресурсов может накормить 3 млрд голодающих.

Подводя итоги, можно сказать, что осознанное потребление — не временная мода, а необходимая эволюция общества.

Источники

1. How Overconsumption Affects the Environment and Health // Sentient. — URL: <https://sentientmedia.org/overconsumption/> (date of access: 28.03.2025).
2. What Is Overconsumption and Why Is It Bad? // Overconsumption.org. — URL: <https://overconsumption.org/?srsltid=AfmBOopI0u8zPL7UjWySSiDVPnKO3JwAuaKm3kp2P08xIpbHFvefndGZ> (date of access: 28.03.2025).
3. Overconsumption and the environment: should we all stop shopping? // The Guardian — URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/may/30/should-we-all-stop-shopping-how-to-end-overconsumption> (date of access: 28.03.2025).

В.Д. Барановская, А.С. Кочанова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Н. Петрушкевич
БГЭУ (Минск)*

САНКЦИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ И НЕПРЕДВИДЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Экономические санкции — это ограничительные меры, применяемые как в одностороннем порядке, так и коллективно с целью оказания давления на государства, организации или отдельных лиц. Чаще всего они включают эмбарго, запреты на экспорт и импорт, замораживание активов, ограничения финансовых транзакций и инвестиционных потоков.