УДК 339.13

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИИ
ТРЕНДА ЭКОЛОГИЧНОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКОЙ КОФЕЙНИ TIDEN)**

Н. А. БЕЛЯЦКАЯ, А. С. ПИВОВАРЧИК

Научный руководитель – Н. Н. Анохина, доцент, к. э. н.
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

Тема экологической продукции становится все более популярной, причем не только среди производителей, но и среди потребителей. Основная причина такого интереса к экопродукции – это забота современного потребителя о здоровье. В разгар пандемии COVID-19 многие задавались вопросом, а сохранится ли тренд на экопродукты и экологическую ответственность брендов. Интерес к этой теме действительно упал в начале 2020 г. Но сейчас эксперты отмечают, что тренд на экологическую продукцию, наоборот, укрепился и вышел на новый виток развития. Миллионам людей пришлось изменить образ жизни и обратить больше внимания на свой ментальный и физический wellbeing, качество окружающей среды.

Коммуникационное агентство Edelman Trust Barometer провело в 2020 г. специальное исследование, посвященное доверию к брендам во время пандемии, и выяснило, что 71 % покупателей готов отказаться от брендов, ставящих во главу угла прибыль, а не заботу о людях [1]. Также в начале 2021 г. 69 % экспертов компании Euromonitor International, которая является мировым лидером в области глобальной стратегической информации и аналитических исследований, заявили, что потребители отдадут предпочтение брендам, поддерживающим идеи устойчивого развития [2].

Клиенты сейчас отдают предпочтение экологической продукции, ведь это означает, что бренды заботятся как о них, так и об окружающей среде. Поэтому производители стали придерживаться этих тенденций, активно внедряя их в свою деятельность. Заведения общепита не стали исключением. Кофейни всего мира активно перерабатывают пластиковые крышки, дают скидки на кофе в собственных чашках, отказываются от продажи воды в бутыл-

ках и пластиковых трубочек, а тренд на экологичность, имевший раньше исключительно маркетинговое значение, сейчас приобретает отдельный смысл и несет идею борьбы за осознанное потребление. По такому принципу работает и белорусская кофейня TIDEN, которую основали Алена Маркина и Сергей Сороко. В 2017 г. они открылись как маленькая кофейня, в которой были одноразовые стаканы, приборы, как и в любой другой кофейне, а учредители TIDEN никак не задумывались о проблеме экологии. Кофейня работала неэффективно и несла убытки, поэтому учредители TIDEN стали активно изучать способы привлечения внимания. Одним из них стало экологическое движение «Mu cup, please». Это направление вызвало интерес у потребителей, но значительного влияния на работу кофейни не оказало. TIDEN даже задумывались о закрытии. Возникла необходимость изменить концепцию кофейни. В 2018 г. Алёна Маркина посетила лекцию Беи Джонсон (основателя ZERO WASTE движения), также основатели TIDEN изучали опыт работы экологических кофеен в скандинавских странах. Всё это вдохновило их ввести в продажу некоторые многоразовые вещи, такие как трубочки, мешки для продуктов, а также начать сортировать пластик, бумагу и металл в кофейне.

14 августа 2019 г. после трехмесячного ремонта кофейня открылась без одноразовой посуды, с новым для Минска и Беларуси принципом работы общепита [3]. В заведении впервые в Беларуси организовали сбор пластиковых карт, зубных щеток и блистерной упаковки, чтобы в дальнейшем отправлять их на переработку в Москву. Так, лекциями и маленьким ассортиментом экотоваров они заработали свою первую маленькую аудиторию. С каждым месяцем кофейню посещало всё больше людей. У TIDEN появилась опора, фундамент в виде постоянных клиентов. Кризис в связи с пандемией заставил скорректировать работу заведения: была организована доставка еды, причем новое направление также было основано на принципе zero waste. Сейчас в заведении осуществляется сбор медицинских товаров для проекта уличной медицины, который создан для заботы о бездомных людях. В кофейне проводятся лекции, кружки, мастер-классы. Также TIDEN придерживается принципа повторного использования: так вся мебель кофейни – это отреставрированная мебель 70-х гг. прошлого века.

Перспективным направлением развития кофейни со слов основателей является становление TIDEN в качестве самостоятельного бренда, а также сортировка и переработка вторичного сырья на базе кофейни.

Мы провели серию глубинных интервью, а также изучили вторичную информацию в виде отзывов посетителей на сайте кофейни и выяснили, что именно привлекает посетителей в данном заведении. Из опрошенных людей 55 % акцентируют внимание на уютном интерьере и приятной атмосфере, 30 % – на экотоварах из экошопа на базе кофейни, 10 % – на веганском меню и 5 % – на принципе dog-friendly. Исходя же из отзывов на сайте, посетители отмечают приглянувшуюся им акцию «My cup, please» с 15-процентной скидкой, натуральность продукции, возможность сдачи отдельных вещей (пластиковых карточек и зубных щеток) на переработку, а также приветливый персонал.

Однако в ходе исследования нами были выявлены следующие проблемы. Во-первых, отсутствие поддержки со стороны государства заведений, принцип работы которых основан на экологичности. Так, льготное налогообложение и субсидирование могли бы мотивировать белорусские предприятия и заведения внедрять в свою деятельность элементы экомаркетинга. Во-вторых, среди населения Беларуси отсутствует экологическая образованность, что приводит к распространению гринвошинга (манипуляций, приводящих к формированию у потребителя ложного представления об экологичности продукта).

Таким образом, мы обнаружили, что компании, которые интегрируют принципы устойчивого развития и экоконцепции, оказываются в итоге более приспособленными к кризису, изменчивым и непредсказуемым обстоятельствам в экономике, однако они нуждаются в поддержке со стороны органов государственного управления.

Список использованных источников

1. Коммуникационное агентство Edelman Trust Barometer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>. – Дата доступа: 12.09.2021.

2. Компания Euromonitor International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.euromonitor.com/>. – Дата доступа: 12.09.2021.

3. TIDEN кофейня Минск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tiden.business.site/>. – Дата доступа: 12.09.2021.

УДК 574

ЭКОЛОГИЯ ГОРОДА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

А. А. ВАБИЩЕВИЧ, А. И. ШЕВЧИК

Научный руководитель – Т. Г. Капустина, преподаватель
Международный государственный экологический институт
имени А. Д. Сахарова Белорусского государственного университета
Минск, Беларусь

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2020 г. было образовано более 60 млн т отходов различных производств и около 5 млн т твердых коммунальных отходов. В воздух ежегодно выбрасывается около 1 млн т вредных веществ, 10 % промышленных и бытовых отходов сбрасывается в водоемы неочищенными. Перечисленные выше проблемы, последствия катастрофы на Чернобыльской АЭС, отсутствие экологической сознательности создают напряженную обстановку, что ведет к увеличению числа заболеваний и, как следствие, повышению уровня смертности жителей Беларуси. Охрана природы, рациональное использование сырьевых и материально-технических ресурсов – большая и ответственная задача, являющаяся важнейшим условием выживания и прогресса человечества.

В нашей стране создано большое количество экологических организаций. Особое внимание они уделяют поиску новых методов и идей для устранения экологических проблем, вызванных воздействием человека на окружающую среду: загрязнению атмосферного воздуха, почв, воды, утилизации бытовых отходов. Также природоохранные организации занимаются вопросами привлечения общественности к участию в решении экологических задач