

УДК 504.75

ЭТИЧЕСКИЙ КОНСЬЮМЕРИЗМ – ЭФФЕКТ ПЛАЦЕБО ИЛИ НОВАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ

Д. Д. ПОДЛИПСКАЯ, В. И. ТРУШКЕВИЧ

Научные руководители –

Е. В. Кудасова, ассистент кафедры маркетинга,

Е. А. Сушкевич, доцент кафедры маркетинга

Белорусский государственный экономический университет

Минск, Беларусь

Актуальность проблемы. Этический консьюмеризм – это тренд, который в данный момент набирает обороты, он старается решить экологические, социальные проблемы, которые вызваны продолжительной неразумной деятельностью компаний. Цель работы: разработать рекомендации по внедрению в практику элементов этического консьюмеризма.

Сейчас этический консьюмеризм явился ответом на такие проблемы, как быстрая мода, различные экологические проблемы, экоманипуляции компаний, проблемы рабочей силы, так как этичное потребление – это потребительский активизм, который практикуется путем покупки продуктов, произведенный с соблюдением этических норм.

Проведенные исследования: анализ существующей информации, анкетирование и глубинное интервью. **Результаты анкетирования.** Было проведено анкетирование белорусского населения с 03.09 по 15.09, в котором приняло участие 163 человека: 98 женщин (60,1 %) и 65 мужчин (39,9 %). Большинство опрошенных слышали понятие «этический консьюмеризм» и знают, что это такое (40,4 %), 35,6 % – просто слышали данный термин. Основной причиной для несоблюдения экологичного образа жизни выступает неразвитая экоинфраструктура в стране. 47,7 % отдадут предпочтение компаниям, которые придерживаются этического потребления. 88 человек из 163 готовы доплатить за этический продукт/услугу. 132 человека из 163 опрошенных считают, что данный тренд должен получить развитие в нашем обществе, так как это важный шаг к улучшению качества жизни.

Результаты глубинного интервью. Глубинное интервью было проведено со студентом 3-го курса БГЭУ, который придерживается экологичного образа жизни. По мнению респондента, для того, чтобы данный тренд получил широкое распространение в белорусском обществе, должна проводиться государственная социальная политика в стране.

Мировые компании активно внедряют этот тренд в свою практику. Например, компания Dr. Bronner's помимо строгой этики в производстве мыла заботится о проведении кампаний за равенство доходов, реформу наркополитики; производитель очков Warby Parker практикует этический маркетинг с помощью своей инновационной программы «Купи пару, дай пару»; бренд одежды Patagonia, создавая фирменную одежду, также ведет многолетнюю войну против быстрой моды.

Исходя из кабинетных исследований, этический консьюмеризм – это не просто «эффект плацебо», а обоснованный тренд, который призван решить экологические, социальные проблемы, вызванные продолжительной неразумной деятельностью компаний. В мире существует и развивается большое количество брендов, поддерживающих экологическое течение разумного потребления. Крупные розничные сети и компании, например Green, Relouis, Mark Formelle и «Савушкин продукт», внедряют этичность и экологичность в приоритеты своей стратегии. В качестве рекомендаций по развитию этического консьюмеризма можно выделить развитие экоинфраструктуры в стране, проведение экологического воспитания и развитие «экологического мышления» – устойчивого понимания ценности и взаимосвязи всех элементов экосистемы Земли, чувства ответственности за возможные последствия своих действий с точки зрения сохранения природы и жизни на планете. Стоит внедрить в белорусский ритейл понятие «zerowaste» – магазины без упаковки.

Список использованных источников

1. Троцук, И. В. Феномен этического консьюмеризма: специфика социологической интерпретации и особенности современного бытования / И. В. Троцук, Е. С. Давыденкова // Вестник РУДН. – 2018. – № 1. – С.65–81.

2. Этический консьюмеризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.qaz.wiki/wiki/Ethical_consumerism#Consumer_groups. – Дата доступа: 06.09.2021.

3. Гид по этическому консьюмеризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldvision.ca/no-child-for-sale/resources/a-guide-to-ethical-consumerism#:~:text=Ethical%20consumerism%20is%20all%20about,address%20their%20supply%20chain%20practices>. – Дата доступа: 07.09.2021.

4. Этический шоппинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://udayton.edu/blogs/udhumanrights/2020/20-08-28-conscious-consumerism.php>. – Дата доступа: 12.09.2021.

5. Отчет об этическом консьюмеризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ethicalconsumer.org/sites/default/files/inline-files/Ethical%20Consumer%20Markets%20Report%202020.pdf>. – Дата доступа 15.09.2021.

УДК 504.06

НЕКОТОРЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НАКОПЛЕНИЯ ОТХОДОВ ПЛАСТМАСС И ЗАГРЯЗНЕНИЯ ИМИ ВОД МИРОВОГО ОКЕАНА

Д. П. ПРИХОДЬКО

Научный руководитель – Т. П. Дюбкова-Жерносек, доцент, к. м. н.
Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

По данным Организации Объединенных Наций, ежегодно в Мировой океан попадает более 13 млн т пластика, губительно влияющего на морские экосистемы [1, с. 153]. Наиболее яркая иллюстрация загрязнения – мусорный остров в Тихом океане, состоящий в основном из отходов пластмасс. Пластик не поддается разложению, но с течением времени распадается на мельчайшие фрагменты размером до 1 микрона. В верхнем слое воды морей и океанов микрочастиц пластика в шесть раз больше, чем планктона. Плавающая близко к поверхности воды, пластик привлекает морских млекопитающих, птиц, черепах, рыб и беспозвоночных,