

## **ЗЕЛЕНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМА ГРИНВОШИНГА**

Все больше организаций начали внедрять так называемый «зеленый» маркетинг. «Зелёный» маркетинг (greenmarketing) – это повышение лояльности потребителей, узнаваемости бренда и объёма продаж за счёт выпуска экологически чистой продукции или использования экологических технологий производства [1].

В действительности, данная продукция должна создаваться на экологически безопасном производстве и не должна нести угрозы для окружающей среды. Однако не вся «зеленая» продукция действительно экологична – некоторые производители ограничиваются лишь громкими заявлениями.

Так что же является «гринвошингом»? Гринвошинг (greenwashing) – форма экологического маркетинга, целью которого является ввести потребителя в заблуждение относительно продукции, её свойств, или целей и действий организации или производителя, представить их в благоприятном экологическом свете. Используется для поддержания имиджа экологически-ориентированной компании, получения политической поддержки, увеличения продаж [2].

Другими словами, это спекуляция на теме «эко», когда маркетологи, намеренно вводят покупателя в заблуждение по поводу экологичности своего продукта [1].

По мнению Джона Гранта «главная задача заключается не в том, чтобы сделать стандартные продукты экологичными, а в том, чтобы сделать экологичные продукты – стандартом».

Рассмотрим пример гринвошинга в Беларуси: Знак «Натуральный продукт» разработан был в 2008 году. Это означает, что при производстве продукта использовали сырьё животного, растительного или минерального происхождения, не использовали методы генной инженерии и искусственные пищевые добавки [3].

Однако данный знак значительно дискредитирован, так как размещается на продуктах, которые объективно не содержат ГМО (например, вода), или на продуктах, не несущих пользу для здоровья, несмотря на их натуральность.

Иногда к названию продукта производитель добавляет «природные» слова типа «green», немного меняет дизайн упаковки и увеличивает цену. Такой пример удалось найти у одного из производителей крупы [4].

Еще одним примером гринвошинга является акция «Час земли», суть которой в выключении света на один час, в действительности не имеет высокой экологической значимости [2].

Чем небезопасен greenwashing?

Greenwashing имеет ряд негативных последствий. Первое, представленная в зелёном свете продукция вовсе такой не является, а значит при ее производстве наносится вред окружающей среде. Второе, люди разочаровываются в зеленых брендах и настоящим эко-товарам все сложнее пробиться на рынок [1].

Не всегда гринвошинг является намеренным, иногда он возникает как результат чрезмерного энтузиазма маркетологов. Чтобы отличить реальный экопродукт, следует обращать внимание на экомаркировки. На сегодняшний день существует много способов проверить это. Например, проект «Экополка» выпустил бесплатное приложение EcolabelGuide, которое позволяет распознать настоящие экомаркировки на упаковках товаров.

Из этого следует вывод о том, что зеленый маркетинг – выгодная концепция для белорусских предприятий. Однако все же стоит учесть правила и требования настоящего экологичного маркетинга и не вводить в заблуждение своих потребителей при выборе продукции. Несомненно то, что за экологическим маркетингом стоит будущее современного бизнеса.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Зялёны партал, таварыства «Зялёная сетка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.greenbelarus.info/articles/03-02-2015/greenwashing-что-это>. – Дата доступа: 01.05.2020.

2. Циклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyclowiki.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%BE%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B3>. – Дата доступа: 01.05.2020.

3. Citydog.by|журнал о Минске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://citydog.by/post/bio-ne-bio/>. – Дата доступа: 01.05.2020.

4. UDF.BY|Новости Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://udf.by/news/main\\_news/76738-kak-proizvoditeli-obmanyvayut-lyubiteley-naturalnyh-produktov.html](https://udf.by/news/main_news/76738-kak-proizvoditeli-obmanyvayut-lyubiteley-naturalnyh-produktov.html). – Дата доступа: 01.05.2020.