

Студ. Р.И. Савиных, Д.Д. Чупыркина
Науч. рук. канд. экон. наук, доц. С.Ф. Куган
(кафедра экономики промышленных предприятий, БГЭУ)

ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ТРЕНД В МАРКЕТИНГЕ

Мы живем в обществе, в котором потребители, принимая решения о покупке, все чаще обращают внимание не только на цену и качество продукции, но и на социальное и экологическое воздействие данных товаров и услуг, в связи с чем все более популярным становится движение осознанного потребления. Осознанное (рациональное, «зеленое») потребление – это общественное движение, основанное на повышении осведомленности потребителей о том, как влияют их решения о покупке на социальную, экономическую и экологическую сферу жизни общества. Осознанное потребление распространяется по мере того, как все больше и больше людей становятся более осведомленными о последствиях, связанных с производством и распространением каждого товара.

Информационные технологии делают покупку товаров и услуг проще, чем когда-либо. Технологии также облегчают сознательное принятие решений. Отдельному индивидууму может быть трудно увидеть преимущества сознательного потребления. Поэтому важно, чтобы каждый человек понимал, что совокупность действий всех людей приводит к большим изменениям. Многие страны мира, включая Беларусь, уже имеют дело с большим количеством отходов. И несмотря на то, что существует множество способов переработки мусора и использования вторичного сырья, данные технологии не реализуются. Потребители хотят взаимодействовать с компаниями, которые ставят социальное и экологическое благополучие превыше всего. Таким образом, мнение и действия потребителей вызывают экспоненциальные изменения в сфере производства и маркетинге.

Критика данного движения. Многие экологичные продукты стоят дороже, чем их аналоги, что делает их недоступными для некоторых людей. Для решения этой проблемы необходимо, чтобы «зеленая» продукция стала нормой. Часто намерения людей не совпадают с их поступками. Потребители хотят делать более этичный выбор в своих покупках, но цена и удобство остаются мощными движущими факторами. Решение данной проблемы: покупатели должны четко понимать, какую цену заплатит общество за их необдуманные покупки в долгосрочной перспективе. Третьим препятствием на пути к осознанному потреблению является культ потребления, который приводит к

перепроизводству и нерациональному использованию ресурсов. Критики также придираются к тому, что некоторые покупатели приобретают экологичные, т.е. «зеленые» продукты, чтобы хорошо выглядеть в глазах общественности и искупить свою вину, а не из искреннего желания помочь планете и людям. Мотивация у потребителей может быть разная, результат один: более этичное и экологичное потребление, которое поможет нашей планете. Чем больше потребителей требуют, чтобы компании вели себя этично, тем больше вероятность того, что они будут принимать сознательные бизнес-решения, учитывая желания всех своих заинтересованных сторон.

Сознательное потребление – это комплекс действий, которыми вы можете быть сознательным потребителем и внести свой вклад в то, чтобы сделать мир лучше:

- попробуйте минимализм. Принимая решение о покупке, задумайтесь, необходим вам товар или вы можете отказаться от него;
- выбирайте компании, которые ставят планету и людей на первое место;
- покупайте экологически чистые продукты, изготовленные из натуральных ингредиентов;
- исключите использование одноразовых пластмасс и в качестве замены используйте многоразовые чашки, посуду, пакеты и контейнеры;
- всегда перерабатывайте бумагу и пластик, ответственно утилизируйте старую одежду;
- повторно используйте предметы и покупайте подержанные, когда сможете и многое другое.

Главная цель на данном этапе – поддержание прогресса: осознанное потребление требует постоянных усилий, принципы и идеи которого необходимо развивать и культивировать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Осознанное потребление: как новый тренд влияет на маркетинг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://promodo.ua/blog/osoznannoe-potreblenie-novyj-trend.html>. - Дата доступа: 01.04.2022;
2. Conscious Consumerism: What It is, How It Can Affect Change. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://growensemble.com/conscious-consumerism/>. - Дата доступа: 30.03.2022