

Этичное потребительское поведение: сущность и его состояние в современном российском обществе

Научный руководитель – Бочарова Ольга Евгеньевна

Березкина Алиса Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Тульский государственный университет, Тула, Россия

E-mail: alisa-berezkina1212@rambler.ru

Реалии современного общества, включенного в процессы глобализации и ускоренного развития, способствуют преобразованию различных областей жизни человека. В контексте глобальных проблем, сопутствующих этому развитию, - загрязнения окружающей среды, истощения ресурсов, усиления социально-экономического неравенства - актуализируется вопрос потребительской ответственности за ухудшение социальной и экологической среды, а также поиска альтернативной модели потребительского поведения [3. С. 18]. Одним из проявлений активной потребительской позиции стало набирающее популярность этичное потребление, подразумевающее сознательный выбор в пользу продуктов и услуг, оказывающих меньшее негативное воздействие на природу и общество.

Движение потребителей, которым важно знать, как были произведены те или иные товары, появилось в конце 80-х годов прошлого века, когда впервые вышел журнал об этичном потреблении «Ethical Consumer» [1. С. 68]. Этичное потребление часто ассоциируется лишь с потреблением экологически чистых продуктов и сортировкой мусора, однако концепция предполагает также и ориентацию на соблюдение ряда социальных и нравственных норм. Осознанное потребление определяет не только ценность продукта или услуги, но и нравственные факторы, связанные с последствиями потребления и производства. Сторонников такой модели интересует экологичность производства, соблюдение производителями принципов устойчивого сельского хозяйства, гуманное отношение к животным, а также трудовая этика по отношению к рабочим той или иной компании.

Классическая парадигма экономического анализа не позволяют объяснить, почему потребитель, будучи участником рынка, руководствуется этическими соображениями [4. С. 151]. Понятие этичного потребления в науке еще не устоялось, существует ряд определений: разумное, осознанное, ответственное, устойчивое; распространенным является понятие «социально ответственное потребление». Британский социолог Ф. Уэбстер предлагает считать социально ответственным такое поведение, при котором потребитель учитывает общественные последствия своего выбора или использует свои потребительские расходы так, чтобы добиться социальных изменений [3. С. 19]. Российские исследователи И.В Троцук и Е.С. Давыденкова считают, что этический консьюмеризм — один из видов потребительской активности, основанный на «голосовании деньгами»: например, приобретая продукцию, которая не тестировалась на животных, люди голосуют за соблюдение их прав (Троцук, Давыденкова 2015: 73).

Этичное потребление становится популярным явлением прежде всего в обществах с развитым рынком и высоким материальным достатком, т.к. с его ростом меняются потребности и потребительские ценности. Во многом именно это создает препятствия в распространении этичной модели потребительского поведения в российском обществе. Однако такая зависимость не безусловна, ведь некоторые этичные практики не требуют существенных материальных затрат. На сегодняшний день и в России выделяется ряд предпосылок, определяющих потенциал развития ответственного потребления и спроса на этичные продукты. По результатам всероссийского опроса НАФИ в октябре 2018 г., за

последние 3 года уровень экологической ответственности россиян вырос: почти в два раза увеличилось число тех, кто грамотно утилизирует бытовые отходы (с 13% в 2015 году до 23% в 2018). С другой стороны, в России есть существенные ограничения для развития ответственного потребления, включая неразвитость регулирования и инфраструктуры в области ответственного потребления. Только 20% россиян сообщили, что рядом с местом их проживания есть пункты по сбору и утилизации неэкологичных отходов, в районе проживания 74% респондентов отсутствуют контейнеры для раздельного сбора мусора. Важно отметить, что 85% россиян готовы использовать такие контейнеры при их появлении [5].

По результатам исследования, проведенного в 2014 году М.А. Шабановой в Центре исследований гражданского общества и некоммерческого сектора, среди основных препятствий на пути приобщения россиян к осознанному потреблению можно выделить стоимость этических товаров: 49% покупателей не хотят за них переплачивать. Еще одной проблемой является сложность оценки добросовестности производителей, поэтому 39% потребителей ожидают широкого информирования о последствиях безответственного отношения к природе, 30% желают видеть социальную рекламу этического бизнеса в России, а 20% опрошенных не хватает информации о зарубежном опыте этического потребления. Вышеперечисленные факторы значительно препятствуют ориентации российских потребителей на покупку этических товаров и услуг. Однако высокий запрос россиян на распространение информации в этой области позволяет говорить о значительном потенциале развития различных практик осознанного потребления в нашей стране [6].

Таким образом, в современном мире актуализируется проблема создания нового типа потребительского поведения, заключающегося в ответственности и сознательности перед обществом и природой, покупке, использовании и утилизации товаров не только ради собственной пользы, но и справедливости, заботы об окружающей среде. Важно учитывать, что состоявшимися и устойчивыми этические потребительские практики будут не только тогда, когда государство достигнет высокого уровня социально-экономического развития и появится достаточно развитая инфраструктура, но и когда они станут частью осознанного поведения людей, отражением их мировоззрения и ценностных ориентаций.

Источники и литература

- 1) Даллакян К.С., Мирзоева Л.Ш. Общество массового потребления и мусорная цивилизация - синонимичные понятия? // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11. С. 67-70.
- 2) Троцук И.В., Давыденкова Е.С. Феномен этического консьюмеризма: специфика социологической интерпретации и особенности современного бытования // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2015. №1. С. 65-81.
- 3) Хмелькова Н., Кушнарера А., Перевозчиков К. Теоретические аспекты и эмпирические исследования социально ответственного потребления // Практический маркетинг. 2015. № 10 (224). С. 3-13.
- 4) Шабанова М.А., Гицалова Т. А. Социально-экономические факторы развития этического потребления в современном мире: есть ли будущее в России? // Социологические исследования. 2015. № 3. С. 150-160.
- 5) Россияне готовы стать более экологически ответственными. Аналитический центр НАФИ: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-gotovy-stat-bolee-ekologicheski-otvetstvenny-mi/>
- 6) Как устроено этическое потребление в России. Научно-образовательный портал IQ: <https://iq.hse.ru/news/213709861.html>