

Богданович К. В.

ГИГИЕНИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЯВЛЕНИЯ «GREENWASHING» НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ХИМИИ И КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Научный руководитель ст. преп. Гиндюк Л. Л.

Кафедра гигиены труда

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Резюме. В статье представлены результаты изучения и оценки явления «Greenwashing» на рынке бытовой химии и косметических средств Республики Беларусь.

Ключевые слова: «Greenwashing», сертификат, маркировка.

Resume. The article presents the results of studying and evaluating the phenomenon of "Greenwashing" in the market of household chemicals and cosmetics of the Republic of Belarus.

Keywords: "Greenwashing", certificate, label.

Актуальность. В настоящее время наблюдается популяризация экологического движения и рост ответственности человека за своё здоровье. Всё чаще на полках магазинов появляются броские фразы и значки, подсказывающие покупателю, что именно эта продукция безвредна для здоровья человека и окружающей среды.

На самом деле все эти громкие заявления могут не быть правдой – рост спроса на «зелёную» продукцию породил собой явление «Greenwashing».

«Greenwashing» – форма экологического маркетинга, цель которого – введение потребителя в заблуждение относительно экологичности продукции или услуги.

В настоящее время выделены 7 основных «грехов» «Greenwashing»:

1. Выделение достоинств, сокрытие недостатков.
2. Бездоказательные утверждения.
3. Слишком общие утверждения.
4. Неактуальные утверждения.
5. Меньшее из двух зол.
6. Ложные заявления.
7. Несуществующие маркировки [1,2].

Один из методов «Greenwashing» – использование маркировок и сертификатов, не являющихся признанными на государственном или мировом уровне. Отсутствие в Республике Беларусь законодательства в области экологической сертификации и санкций за некорректное использование маркировки позволяет данному явлению развиваться.

Цель: изучить и проанализировать рынок бытовой химии и косметических средств Республики Беларусь на предмет использования «Greenwashing».

Задачи:

1. Создание классификации исследуемых средств в зависимости от наличия исследуемых признаков.
2. Анализ выборки из средств бытовой химии и косметических средств на предмет использования «Greenwashing» с учётом классификации.
3. Учёт и анализ результатов.
4. Планирование мероприятий по борьбе с явлением «Greenwashing».

Материалы и методы. Изучалась представленная на рынке товаров бытовой химии и косметических средств продукция компаний производителей и импортёров в Республике Беларусь. Основное внимание уделялось наличию на продукции экомаркировок и логотипов и проверке их официальности. Продукция для исследования выбиралась методом случайной выборки.

Было исследовано 100 образцов продукции (30 – бытовая химия, 70 – косметические средства) различных стран-производителей, представленных на рынке Республики Беларусь.

При исследовании маркировок и логотипов использовались основные принципы:

а) соответствие требованиям официальных экомаркировок (утверждённые стандарты, существует официальный сайт, продукция имеет уникальный идентификационный номер);

б) соответствие заявлений действительности (натуральный состав продукции, отсутствие тестирования на животных).

Результаты и их обсуждение.

Для учёта результатов была разработана классификация продукции по группам в зависимости от наличия исследуемых признаков:

1. Продукция, не имеющая сертификатов и маркировок, исследуемых в работе.

2. Продукция, имеющая сертификаты и маркировки, которые не являются официальными. «Greenwashing».

3. Продукция, имеющая сертификаты и маркировки, которые не являются официальными. Правдивые заявления.

4. Продукция, имеющая официальные сертификаты и маркировки. «Greenwashing».

5. Продукция, имеющая официальные сертификаты и маркировки. Правдивые заявления.

По результатам работы к первой группе были отнесены 65 образцов (47 из них – косметические средства, 18 – бытовая химия). Ко второй группе – 8 образцов (7 – косметические средства, 1 – бытовая химия). К третьей группе отнесены 19 образцов (12 – косметические средства, 7 – бытовая химия). К четвёртой группе – 1 образец бытовой химии. К пятой группе отнесено 7 образцов (4 – косметические средства, 3 – бытовая химия).

Явление «Greenwashing» среди исследуемых образцов выявлено в 9 случаях, из них 7 – косметические средства, 2 – бытовая химия.

Соответственно, процент образцов с явлением «Greenwashing» среди исследуемой выборки составил 9% (9 образцов из 100 исследуемых).

Среди образцов, имеющих сертификаты, маркировки и логотипы, «Greenwashing» встречался в 25,7% случаев (9 образцов из 35).

Так же стоит отметить, что среди исследуемой продукции были отмечены другие грехи «Greenwashing», однако в процессе работы они не исследовались.

Поэтому можно предложить основные мероприятия по борьбе с явлением «Greenwashing»:

1. Государственное регулирование;
2. Повышение информированности покупателя;
3. «Зелёные» госзакупки и поддержка экологических производителей;
4. Развитие экологических отраслей производства и органического сельского хозяйства.

Выводы.

1 Изучена продукция компаний производителей и импортёров бытовой химии и косметических средств в Республике Беларусь на предмет использования «Greenwashing».

2 Выявлены случаи применения «Greenwashing» компаниями производителями и импортёрами бытовой химии и косметических средств в Республике Беларусь.

3 Процент образцов с явлением «Greenwashing» среди исследуемой выборки составил 9% (9 образцов из 100 исследуемых), среди образцов, имеющих сертификаты, маркировки и логотипы, «Greenwashing» встречался в 25,7% случаев (9 образцов из 35).

4 Разработаны основные направления мероприятий по борьбе с явлением «Greenwashing».

Bogdanovich K.V.

HYGIENIC EVALUATION OF "GREENWASHING" PHENOMENON ON THE MARKET OF HOUSEHOLD CHEMICALS AND COSMETICS.

Tutor senior lecturer Gindyuk L. L.

*Department of occupational health
Belarusian State Medical University, Minsk*

Литература

1. WHAT IS GREENWASHING? IT'S WHITEWASHING, BUT WITH A GREEN BRUSH [Электронный ресурс] / EnviroMedia Social Marketing, 2017 / Режим доступа: <http://greenwashingindex.com/about-greenwashing> (дата доступа: 14.04.2017).
2. Venelin Kraev. How to identify green washing in a green marketing strategy [Текст]*/ Venelin Kraev // Vaasan ammattikorkeakoulu VAMK, University of Applied Sciences. – 2014. – С. 30-32.