

© **Зубова Л. А., Стецкая Д. В., Устинова В. А., 2025**

Иркутский Государственный Университет, г. Иркутск

Статья посвящена актуальной проблеме формирования модели ответственного потребления среди молодёжи. Рассматриваются такие социальные институты, при помощи которых возможно формирование ответственного потребления среди молодежи, как образование, культура, медиа и социальное окружение. Статья представляет интерес для специалистов в области экологии, социологии, маркетинга и образования, а также для широкой аудитории, интересующейся проблемами ответственного потребления и устойчивого развития. Результаты исследования могут быть использованы при разработке образовательных программ, маркетинговых стратегий и социальных кампаний, направленных на формирование ответственного потребительского поведения среди молодёжи.

*Ключевые слова:* ответственное потребление, осознанное потребление, устойчивое развитие, общество потребления

**П**роблема ответственного потребления становится актуальной в современных условиях, поскольку негативное влияние производства и потребления на окружающую среду только усиливается. Бесконечный цикл экономической деятельности породил общество потребления, в сознании которого чётко сформировалось убеждение о том, что материальное потребление — показатель экономического благополучия.

Смотря на мир через призму потребительской культуры, общество потребления рискует утратить ценности, связанные с его благополучием в перспективе.

Рост экономики, и как следствие, возможность общества удовлетворять большее количество постоянно растущих потребностей является причиной деградации окружающей среды, обусловленной безответственным потреблением, неэффективным использованием ресурсов и множющимся количеством отходов. Формирование модели ответственного потребления среди молодёжи, как наиболее динамичной и восприимчивой группы потребителей, повысит уровень её осознанности, экологической культуры и социальной ответственности.

Цели устойчивого развития (Sustainable Development Goals (SDGs)), разработанные в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН, содержат 17 взаимосвязанных целей, одной из которых является ответственное потребление и производство (RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION). Ответственное потребление — рациональный подход к потреблению товаров и услуг, который учитывает их влияние на окружающую среду, общество и экономику [1].

Данная концепция базируется на 4 основных принципах: экологичность, экономия, этичность и социальность. Экологичность подразумевает принятие наиболее благоприятных для окружающей среды решений в производстве и потреблении, экономию понимают как эффективное использование как личных, так и производственных ресурсов в целом, этичность предполагает соблюдение морально-этических норм при процессе производства и потребления, а социальность включает в себя надлежащие условия труда, недопустимость использования принудительного и детского труда, равноправие женщин и мужчин [2].

В конце XX века Джагдиш Шет разработал теорию потребительских ценностей, которая объясняет, чем мотивирован выбор того или иного товара покупателем [3].

Данные ценности трактуются следующим образом:

- функциональная ценность: воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть свою утилитарную или физическую роль;
- социальная ценность: воспринимаемая полезность блага, обусловленная его ассоциацией с какой-либо социальной группой или группами;
- эмоциональная ценность: воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства или реакции;
- познавательная ценность: воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать любопытство, создавать новизну и/или удовлетворять стремление к знаниям;
- условная ценность: воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой действует совершающий выбор.

Совершая выбор в пользу определённого товара, потребители ориентируются не только на его практическую значимость. Большое влияние оказывает социальная значимость товара, которая формируется под влиянием рекламы, СМИ, социальных сетей и других факторов. Как правило, когда общество фокусируется на потреблении, первым элементом, несущим потери и разрушения, становится окружающая среда [4].

Изменения потребительских привычек в соответствии с принципами ответственного потребления способны снизить негативное влияние на экологию и способствовать более устойчивому развитию общества. Принимая во внимание такие факторы, как экологичность продукции, этическое производство и социальная ответственность компаний, потребители будут также стимулировать производителей соответствовать принципам ESG [5].

Молодёжь представляет наиболее гибкую и адаптивную группу потребителей, характеризующуюся стремлением к новизне, желанием изменить и улучшить жизнь общества.

Формирование модели ответственного потребления у молодёжи требует комплексного подхода, включающего образование и просвещение, практические меры, положительные примеры общественных лидеров и поддержку со стороны общества и государства.

Вот несколько стратегий, которые могут помочь в этом процессе:

#### 1. Образование и просвещение:

Включение тем устойчивого развития и ответственного потребления в школьные и университетские программы.

Проведение семинаров, лекций и мастер-классов, посвящённых вопросам экологии, переработки отходов и этичного потребления.

Молодые люди должны быть осведомлены о проблемах, связанных с безответственным потреблением, и о том, как они могут внести свой вклад в их решение. Это может быть достигнуто через образовательные программы, медиакампании, социальные сети и т. д.

#### 2. Примеры и ролевые модели:

Привлечение известных личностей для популяризации ответственного потребления.

Информирование о компаниях, успешно реализующих принципы ответственного потребления.

Потребители наиболее склонны следовать примеру других потребителей, особенно друзей, знакомых, в том числе и виртуальных, т.е. известных личностей, за творчеством которых наблюдают.

#### 3. Практические меры:

Организация экологических мероприятий.

Проведение мероприятий, где молодёжь может делиться опытом и идеями по внедрению принципов ответственного потребления в сознание общества.

Культурно-массовые мероприятия также оказывают огромное влияние на потребителей, информируют молодёжь о проблемах окружающей среды, активно вовлекают её в процесс формирования новых, более ответственных подходов к потреблению.

#### 4. Поощрение ответственного поведения:

Введение наград и признания для молодежных инициатив, направленных на устойчивое развитие и потребление.

Введение системы поощрений за ответственное потребление может стать эффективным инструментом для формирования у молодёжи устойчивых потребительских привычек. Поощрения будут являться не только признанием заслуг со стороны общества, но и мотивацией к изменениям.

#### 5. Сотрудничество с бизнесом:

Партнерство с компаниями, которые продвигают принципы ESG.

Обучение молодёжи критическому мышлению в отношении рекламы и маркетинга.

Сотрудничество с компаниями, придерживающимися принципов ESG, позволит менять потребительские привычки в долгосрочной перспективе, влияя на потребителей через маркетинг.

В современном мире остро возникает необходимость вооружения молодёжи знаниями и навыками для принятия потребительских решений, которые наилучшим образом будут соответствовать их личному благополучию и способствовать устойчивому развитию.

В условиях глобальных экологических вызовов молодежь играет ключевую роль в формировании новых стандартов потребления. Ответственное потребление способствует не только снижению негативного воздействия на окружающую среду, но и развитию экономической устойчивости, социальной справедливости и этичного подхода к производству товаров и услуг.

Воспитание у молодежи осознания важности своих потребительских решений помогает формировать более сознательное общество, способное к критическому мышлению и активному участию в решении глобальных проблем. ■

---

1. Макаров И. А. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/ustoichivoe-razvitie-1e8c42/?v=8074136>. (дата обращения: 12.12.2024)

2. Кашеев О. В., Усик С. П., Вингерт И. И. Ответственное потребление как новая парадигма культуры современного общества // Вестник славянских культур. 2021. Т. 61. С. 127-135. <https://doi.org/10.37X16/2073-9567-2021-61-127-135>

3. Sheth J.N., Mittal B., Newman B. Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond. 1st Edition by SouthWestern College Publishing. 1998. URL: <https://www.jagsheth.com/wp-content/uploads/2015/12/CustomerBehavior-Consumer-Beahvior-and-Beyond-Abstract-Only.pdf> (дата обращения: 12.12.2024)

4. Паллотта, В. И. Культура потребления и молодежь в современном мире / В. И. Паллотта, М. Д. Носенко, А. Д. Пятницына // Либерально-демократические ценности. — 2024. — Т. 8. — № 2. — URL: <https://liberaljournal.ru/PDF/03KLLD224.pdf>

5. Макаров И. А. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/ustoichivoe-razvitie-1e8c42/?v=8074136>. (дата обращения: 09.12.2024)

6. Юдалевич Н. В. Влияние быстрого развития онлайн-продаж на экологию планеты / Н. В. Юдалевич // Бизнес-образование в экономике знаний.-2022.- № 3.- С. 76-80.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

Sheth J.N., Mittal B., Newman B. Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond. 1st Edition by SouthWestern College Publishing. 1998. URL:

<https://www.jagsheth.com/wp-content/uploads/2015/12/CustomerBehavior-Consumer-Beahvior-and-Beyond-Abstract-Only.pdf> (дата обращения: 12.12.2024)

Кашеев О. В., Усик С. П., Вингерт И. И. Ответственное потребление как новая парадигма культуры современного общества // Вестник славянских культур. 2021. Т. 61. С. 127-135. <https://doi.org/10.37X16/2073-9567-2021-61-127-135>

Макаров И. А. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/ustoichivoe-razvitie-1e8c42/?v=8074136>. (дата обращения: 12.12.2024)

Макаров И. А. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/ustoichivoe-razvitie-1e8c42/?v=8074136>. (дата обращения: 09.12.2024)

Паллотта, В. И. Культура потребления и молодежь в современном мире / В. И. Паллотта, М. Д. Носенко, А. Д. Пятницына // Либерально-демократические ценности. — 2024. — Т. 8. — № 2. — URL: <https://liberaljournal.ru/PDF/03KLLD224.pdf>

Юдалевич Н. В. Влияние быстрого развития онлайн-продаж на экологию планеты / Н. В. Юдалевич // Бизнес-образование в экономике знаний.-2022.- № 3.- С. 76-80.

---

## **Formation of a model of responsible consumption among young people**

© Zubova L., Stetskaya D., Ustinova V., 2025

The article is devoted to the urgent problem of forming a model of responsible consumption among young people. The article considers such social institutions, with the help of which it is possible to form responsible consumption among young people, as education, culture, media and the social environment.

The article is of interest to specialists in the fields of ecology, sociology, marketing and education, as well as to a wide audience interested in the problems of responsible consumption and sustainable development. The research results can be used in the development of educational programs, marketing strategies and social campaigns aimed at shaping responsible consumer behavior among young people.

*Keywords:* responsible consumption, conscious consumption, sustainable development, consumer society