

**В. Н. Рубцов,**  
**М. В. Долинская**  
Научный руководитель  
**Л. Г. Богуцкая**

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## **ИНФОРМИРОВАННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**

На современном этапе развития потребительского движения Всемирная организация защиты прав потребителей в качестве стратегических направлений деятельности определила пропаганду потребления, не наносящего вреда окружающей среде и человеку.

Устойчивое потребление как составляющая устойчивого развития предполагает потребление товаров, не приносящих вред природе и здоровью человека на этапах производства, потребления и утилизации.

Узнать органический продукт можно по специальной маркировке – системе знаков и символов. Эта система используется в странах, где понятие «органик» законодательно урегулировано. В странах Европейского Союза использование понятий «органик», «эко», «био» возможно, если данный продукт отвечает требованиям органического законодательства. Наиболее рынок органических продуктов питания развит в США. Там существуют даже глобальные сети супермаркетов, где продаются только органические продукты питания. Сегмент производства органических продуктов питания в странах СНГ сегодня недостаточно развит. В первую очередь, это обусловлено отсутствием животноводства и земледелия, отвечающего органическим нормам. Беларусь в этой области развивается с учетом общемировых тенденций и путь к получению собственных продуктов-органик намечен. В Беларуси с июня 2008 г. введена маркировка пищевой продукции знаком «Натуральный продукт». К натуральному производственному сырью животного происхождения относятся продукты, полученные от животных, выращенных без применения антибиотиков, стимуляторов откорма, гормональных препаратов. К аналогичному сырью растительного происхождения относят растительное сырье, выращенное без применения стимуляторов роста, пестицидов, методов генной инженерии.

Белорусские предприятия достаточно активно подают документы на получение «зеленого» знака. В настоящее время в стране действует 151 сертификат 51 производителя с правом нанесения знака «Натуральный продукт»<sup>1</sup>. В основном это молоко и молочные продукты, масло, консервы и другие пищевые продукты. Анализ действующих сертификатов, дающих право наносить этот знак, показал, что лидерами по количеству полученных сертификатов являются такие производители как ОАО «Беллакт», ОАО «Березовский сыродельный комбинат», ОАО «Минский молочный завод» и др.

Группировка производителей, выпускающих продукцию со знаком «Натуральный продукт», по регионам свидетельствует, что 45% изготовителей расположены в Минской области, 15% – Гродненской, 14 – Витебской, 12 – Брестской, 12 – Могилевской и 6% – в Гомельской. Минская область является лидером и по количеству полученных сертификатов – 38% от общего количества действующих сертификатов.

В рамках проекта «Устойчивое потребление для улучшения качества жизни» предполагалось повысить осведомленность белорусов в вопросах устойчивого развития и информирования о существовании линии натуральных продуктов. В ряде магазинов с этой целью созданы полки с продукцией, имеющей знак «Натуральный продукт». Согласно данным опроса, только 52,4% белорусских потребителей знают, как выглядит маркировка «Натуральный продукт», хотя эти товары заслуживают самого пристального внимания<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Натуральный продукт / Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bio.gosstandart.gov.by>.

<sup>2</sup> Насколько натуральны натуральные продукты? // Гастроном. – 2011. – 30 марта.