

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Канунникова К.И. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Павлова Е.А.

Университет ИТМО

В данной статье отражены результаты опроса в сфере экологии жителей Санкт-Петербурга. Проведен анализ потребителей экологически чистых упаковочных материалов. Определены потенциальные потребители для нового предприятия по производству эко-упаковки.

Введение

Обеспокоенность изменением климата, токсичностью отходов, начали влиять на поведение потребителей во всем мире. Доля тех, кто ожидает от брендов защиты окружающей среды, растет, и это подталкивает компании, производящие различные товары, к устойчивому производству и потреблению. Растущий интерес покупателей к тому, как создается продукт и что произойдет после его использования, заставляет бренды пересматривать свои маркетинговые стратегии и стремиться к «зеленому» позиционированию своей компании.

В последнее время потребители все чаще стали проявлять интерес к потреблению экологически чистой продукции. Тренд перехода с вредного для экологии пластика на биоразлагаемые материалы задают крупные транснациональные компании (например: «Unilever», «Nestle»), которые работают во многих странах и уже столкнулись с рядом запретов на использование пластика.

В России наблюдается огромный интерес к ответственному потреблению. Во многих отношениях этот вопрос все еще носит декларативный характер, он далек от полной реализации и понимания, особенно с учетом размеров страны и неоднородности уровня жизни в городах и регионах.

Основная часть

Потребителями экологически чистых упаковочных материалов являются население и предприятия. Поэтому с целью выявления потенциальных клиентов был проведен опрос (составленный автором) жителей Санкт-Петербурга.

Количество опрошенных респондентов – 318. Из них 73,9% – женщины, 26,1% – мужчины. Возрастной диапазон опрашиваемых – широкий, в основном на вопросы анкеты отвечали люди в возрасте от 18 до 45 лет. Половина респондентов – семейные люди. Основной род занятий респондентов – рабочие и студенты. Доход основной части респондентов составляет от 50 000 руб. до 80 000 руб., также значительная доля респондентов наблюдается с доходом от 30 000 руб. до 50 000 руб.

Около 60% респондентов волнует экологическая ситуация в городе, остальные не принимают во внимание данную проблему. Больше половины опрошенных (56,3%) – не обращают внимание на экологически чистые товары. Большинство респондентов (66,7%) не утилизируют упаковочные материалы, произведенные из пластика. Службами доставки готовой еды пользуется 50% опрошенных, лишь 3,5% вообще не пользуются данными службами. В большинстве случаев потребители останавливают свой выбор на следующих службах доставки: «Delivery club» и «Яндекс.Еда». 58,5% респондентов посещают предприятия общественного питания несколько раз в месяц. В своих предпочтениях к выбору предприятия общественного питания (рестораны, кафе, кофейни, фаст фуд) респонденты распределились практически равномерно. Для большинства опрошенных – не имеет значение эко ориентированность предприятия, но для 35,2% потребителей данный фактор является существенным.

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод, что у большинства потребителей не сформировано эко сознание: выбрать товары с эко-маркировкой готова лишь малая часть

опрошенных, следовательно, для внедрения экологической упаковки необходимо, чтобы продавцы предлагали экологичные товары, тогда потребители будут повсеместно приобретать такие товары и не нужно доводить до сознания каждого из них о вреде пластиковой упаковки.

Таким образом, в качестве потребителей экологически чистых упаковочных материалов – целесообразно выбрать производителей (продавцов), при этом объемы продаж будут максимально высокими, так как оборот упаковочных материалов у них осуществляется гораздо быстрее и в большем количестве.

Рассчитаем объем продаж в количественном измерении экологически чистой упаковки, ориентируясь на потребителей, которыми будут являться службы доставки готовой еды (рестораны, кафе).

Количество взрослого населения Санкт-Петербурга (старше 18 лет) – 4 452 958 чел.

Пользуются доставкой еды – $100\% - 3,5\% = 96,5\%$.

$96,5\% * 4\,452\,958 \text{ чел.} = 4\,297\,104 \text{ чел.}$ – количество потенциальных потребителей.

Процент потребителей, пользующихся услугами доставки несколько раз в месяц (принимая условно 1 раз в неделю) – 50%.

$4\,297\,104 \text{ чел.} * 50\% = 2\,148\,552 \text{ чел./упаковки}$ – объем продаж.

Определим потенциальных клиентов, с которыми будем сотрудничать. Наибольшее потребление упаковочных материалов (одноразовых) приходится на агрегаторов доставки готовой еды (из ресторанов и кафе). Готовые блюда навынос предприятий общественного питания обязательно упаковываются в одноразовые контейнеры, поэтому спрос на одноразовые упаковочные материалы – стабильный и максимально возможный. Проведенный выше опрос выявил такие службы – это «Delivery club» и «Яндекс.Еда».

Так как названные компании являются лишь агрегаторами (то есть отвечают лишь за доставку готовой продукции), то далее необходимо определить с какими ресторанами мы будем осуществлять сотрудничество исходя из данных, представленных вышеназванными службами доставки.

Ранжирование по рейтингу ресторанов построим на основании отзывов потребителей (учтено их количество и наличие положительных оценок), размещенных на официальных сайтах агрегаторов.

Таким образом, открываемое предприятие будет ориентироваться на рынок B2B, то есть на сотрудничество с юридическими лицами – предприятиями общественного питания г. Санкт-Петербурга. Основными клиентами будут являться: «Теремок», «2 Берега», «Ollis», «Dostaевский», «Марчеллис», «Шоколадница», «Frank», «Italiani», «Влаваше».

Выводы

Наиболее привлекательным, для поставки экологически чистых упаковочных материалов – являются предприятия общественного питания. У них оборот упаковочных материалов осуществляется гораздо быстрее и в большем количестве.

Открываемое предприятие будет ориентироваться на рынок B2B, то есть на сотрудничество с юридическими лицами – предприятиями общественного питания г. Санкт-Петербурга.

Предполагаемый объем продаж за год составит 2 148 552 чел./упаковки. Для налаживания сотрудничества также необходимо разработать эффективную стратегию маркетинга.

Канунникова К.И. (автор)

Павлова Е.А. (научный руководитель)