

АНАЛИЗ МИРОВОЙ ПРАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ

Аюпова З.С. (Университет ИТМО),

Научный руководитель – канд. эконом. наук, доцент Павлова Е.А.
(Университет ИТМО)

Введение. С каждым днем все более актуальной становится тема защиты окружающей среды, параллельно с этим, управление маркетинговой деятельностью также набирает обороты и является неотъемлемой частью экологического менеджмента. Однако, как показывает мировая практика сформированная система обращения с отходами производства и потребления имеет определенные пробелы в части реализации маркетинговых подходов. Так, в условиях постоянной адаптации к изменчивой среде перерабатывающим предприятиям приходится быть экологоориентированными в сфере обращения с отходами производства и потребления. Тем не менее, реализация экологических мероприятий благоприятно сказывается не только на чистоте окружающей природы, но и на доходах компаний.

Основная часть. Предприятиям необходимо использовать различные стратегии продвижения с целью повышения качества жизни и экологической безопасности:

Стратегия 1. Запрещать перерабатываемые виды пластика. Пластик составляет самую большую угрозу для экологии, так как преобладает на свалках и в океане. Так, Европейская комиссия насчитывает более 80% морского мусора

Стратегия 2. Упрощение сортировки. Такой способ выбрали в Сан-Франциско, где весь город снабжен трёхцветной схемой для контейнеров, что не скажешь о Лондоне, где показатель переработки низкий из-за отсутствия места для установки таких баков. Также, наличие в доме мусоропровода, что особенно распространено в крупных российских городах, мешает в полной мере пользоваться сортировкой. Поведенческие привычки могут поменяться с помощью наложения штрафов. Так, в Южной Корее и Лондоне местные органы исполнительной власти могут оштрафовать граждан за бросание мусора мимо бака, либо за его переполнение.

Стратегия 3. Использование гибких тарифов. «Опыт мировых столиц показывает, что для увеличения процента сортировки хорошо работают открытые тарифы, которые не вписаны в общие коммунальные счета, а также скидки на вывоз мусора по принципу «больше зарабатываешь – больше платишь»» [3]. В Лондоне эффективной мерой выступает диверсифицированный налог, работающий по принципу: «больше загрязняешь - больше платишь».

Стратегия 4. Введение расширенной ответственности предпринимателей (РОП). Такой путь использует Китай и ввел РОП для производителей опасных товаров, пластика, упаковок. Южнокорейская система РОП должна соблюдать обязательную норму переработки отходов.

Стратегия 5. Многократное использование. Депозитная система для содействия многократному использованию применяется сейчас во многих странах. Когда потребители покупают напитки, они вносят залог, то есть депозиты уже включены в потребительские цены каждого продукта. Залог возвращается клиенту при возврате бутылки.

Стратегия 6. Просвещение населения. Согласно одному исследованию, «70% россиян после установления контейнеров возле их дома, начали сортировать отходы и делать это на регулярной основе» [1]. Как показывает практика, осознанное потребление хорошо формируется при проведении правильных просветительских компаний. Например, в Шанхае предусмотрено четкое таргетирование целевых аудиторий (ТВ-пропаганда для взрослых, игры для молодежи). Также, достичь просвещения среди населения можно с помощью культурных инициатив: создание арт-резиденций, где художники перерабатывают мусор в разные арт-объекты, организация образовательных проектов и выставок.

Выводы. Таким образом, необходимо разработать комплексную программу по управлению отходами. «Должны быть единая стратегия, где борьба с мусором начнется с воспитания производителей, а не только конечных потребителей. Особую актуальность приобретает экологическое просвещение населения, использование внутренних источников финансирования проектов система обращения с отходами, а также развитие объектов по утилизации отходов» [2].

Список использованных источников:

1. Албегова А.В., Гонопольский А.М., Марьев В.А., Петухова И.Ю. Анализ проблем управления российской системой обращения с отходами производства и потребления // Теоретическая и прикладная экология. –2015.
2. Шилкина С.В. Мировые тенденции управления отходами и анализ ситуации в России. // Интернет журнал «Отходы и ресурсы». – 2017.
3. <https://trends.rbc.ru/trends/green/61efb2be9a794770a2f9e585>