

4. Кизим, А. А. Экологический маркетинг в современных социально-экономических процессах с участием ТНК / А. А. Кизим, А. С. Илюхин. – Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2014. – № 7 (50). – С. 41–49.

УДК 621.9

ВНЕДРЕНИЕ ФАНДОМАТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГИЮ

А. В. ДЕНЮШ, А. П. ШЛЯЕВ

Научный руководитель – Казаченко Н. В., ассистент
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

Наиболее обсуждаемой в глобальном масштабе темой на данный момент является экология. Проблема поднята сейчас в мире, как никогда раньше, вследствие крупной индустриализации. Каждый желающий сейчас может ознакомиться с тысячами фотографий, иллюстрирующих масштаб загрязнения окружающей среды. На данный момент основной причиной данной катастрофы является пластик. С приходом осознанности в массы обмен возвратной тары стал повседневным явлением во многих странах, а создание новых технологий позволило произвести полную автоматизацию этого процесса, так и были созданы фандоматы, или же тароматы.

Первый полностью автоматический фандомат был создан в 1962 году в Норвегии, а в 2003 году в Германии они впервые были использованы на уровне государственной экологической программы. Однако на пространство СНГ фандоматы попали намного позже, в 2004 году в Москве появились первые машины по переработке, однако изготовлены они были в Германии. Показав хороший уровень общественной поддержки, частные компании начали внедрять фандоматы в свои магазины и на остановки метрополитена. В 2019 году начали появляться фандоматы Российского производства, которые оказались на одном уровне с мировыми аналогами.

В Беларуси попытки внедрить фандоматы начали проявляться в 2017 году с появлением Национальной стратегии по обращению с твердыми коммунальными отходами и вторичными материальными ресурсами, предполагающей установку фандоматов в РБ, а первый такой появился в Минске 20 марта 2020 года, будучи совместным проектом «Аливарии» и торговой сети Green. Такой аппарат принимает алюминиевые банки и ПЭТ-бутылки, а вместить он может до 500 тар объемом от 0,5 до 2 литров. Награждает этот фандомат ку-

понами на скидку в сети магазинов Green, которая варьируется в зависимости от количества тары, сданной за один раз. Однако после этого новых фандоматов в Беларуси на данный момент не появилось, хотя ожидания от технологии автоматического обмена тары были высоки, исходя из различных социологических опросов и опыта других стран с использованием фандоматов.

Фандомат отвечает нескольким фундаментальным как для компаний, так и для государства целям: повышение лояльности потребителя за счет позитивного тренда на экологию, увеличение посетителей сети магазинов-партнеров за счет скидок, сбор отходов для их переработки, что в итоге создаст «закрытую петлю», которая повысит рентабельность продукции, использующей ПЭТ и алюминиевую тару, помогает компании в достижении целей устойчивого развития. При отсутствии магазинов-партнеров фандомат также может выдавать вознаграждение в деньгах, как и происходит во многих странах, а в некоторых странах, например, в Италии и Турции, на сдачу можно пополнить виртуальный кошелек баллами, которые возможно использовать для оплаты проезда на общественном транспорте.

Также невозможно недооценить влияние фандоматов на экологию: повсеместное внедрение фандоматов во много раз сокращает любые пластиковые и алюминиевые отходы, которые являются одной из самых больших экологических проблем XXI века. Многие компании делают акцент на полном избавлении от использования пластика, в частности «Макдональдс», пример которых является одним из самых успешных в плане маркетинга, а использование фандоматов сделает это не только полезным в маркетинговом аспекте, а еще и финансово выгодным.

Однако, если фандоматы действительно настолько полезны, то почему они еще не находятся в каждом торговом центре нашей страны? На это влияет несколько факторов. Первый – стоимость. Фандоматы сами по себе являются прибыльными в долгосрочной перспективе, а стоимость самих аппаратов хоть и варьируется, однако все еще находится на довольно высокой планке. Второй – возможное мошенничество, зачастую связанное с переклейкой этикеток на тару, не подлежащую сдаче, либо подделывание этикеток. Третий – безопасность. Фандоматы должны находится в охраняемом, однако доступном месте, что создает сложности с поиском территории для установки, так как сам аппарат является достаточно объемным. И последний – обслуживание, так как фандоматы требуют ежедневного обслуживания, которое также является неприятной тратой для установщика. Но при всем этом каждый рассмотренный фактор не является критическим, полностью перекрывающим все преимущества установки фандоматов.

Таким образом, фандомат является проверенной временем технологией, которая уже показала свою эффективность в совмещении пользы для государства, частных компаний с большим вкладом в спасение окружающей среды.

Массовое внедрение фандоматов в нашей стране помогло бы развить экологическое мышление у людей и в целом сделало бы большой шаг в реализации Национальной стратегии по обращению с твердыми коммунальными отходами и вторичными материальными ресурсами в Республике Беларусь.

УДК 330.15

ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЕ БУДУЩЕЕ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ

А. В. ЩЕРБИНСКАЯ

Научный руководитель – Сверлов А. С., к. э. н., доцент
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

Недавнее исследование показало, что, если бы Интернет был страной, он занял бы 6-е место в ряду загрязнителей. Цифровая деятельность составляет 4 % глобальных выбросов углерода – больше, чем вся авиационная отрасль. Большая часть этого здорового углеродного следа приходится на электричество, используемое для работы серверов, обеспечивающих миллионы функций и возможностей Интернета [1].

Согласно недавней оценке маркетингового агентства Fifty-Five, типичная цифровая рекламная кампания, состоящая из съемки, редактирования, показа и аналитики видео, социальной, медийной и поисковой рекламы для одного рекламодателя обходится в 323 т углерода [2].

Многопользовательские онлайн-игры, процессы онлайн-обучения, ставки в реальном времени и вселенные Метавселенной не остановят свое развитие в ближайшее время. Учитывая, что к 2025 году выбросы углекислого газа через Интернет, по прогнозам, удвоятся; неудивительно, что устойчивое движение направлено на очистку цифровых технологий.

Рост числа интернет-пользователей, увеличение ежедневного экранного времени на душу населения, расцвет цифровых пространств означают, что потенциал рекламы (и ее потенциальные выбросы углекислого газа) растут.

Под устойчивой цифровой рекламой понимается использование рекламных средств и платформ экологически безопасным способом. Хорошо, что делать это становится легче. Различные экологические инициативы начинают созревать и помогают брендам рассчитывать воздействие их рекламы на окружающую среду (например, AdNetZero).

Есть небольшие, но важные шаги, которые бренды уже могут сделать, чтобы снизить влияние своих кампаний на экологию: