

УДК 504.75 339.138

## **ЭКОЛОГИЧНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЦЕННОСТИ БРЕНДА**

**В. А. ШПИЛЕВСКАЯ**

Научный руководитель – Ю.Е. Анкинович, ассистент  
Белорусский государственный экономический университет  
Минск, Беларусь

Рост ценности бренда через развитие экологичности важен для привлечения и удержания клиентов, которые становятся все более осознанными в вопросах экологии. Экологичные бренды вызывают доверие у потребителей, так как они демонстрируют заботу об окружающей среде и стремление к устойчивому развитию.

Последовать экологическому тренду, обеспечивая социально ответственные методы удовлетворения потребностей корпоративных клиентов, может сеть кофеен Varka через отдельные разделы в своем приложении для корпоративных, социально ответственных, стремящихся к био- и экоразвитию брендов, пользователей организации.

В приложении предлагается добавить раздел под названием «Зеленый вектор», состоящий из следующих основных функций: управление заказами, обмен опытом и идеями по экологическим практикам, экообучение.

Управление заказами – через приложение кофейня может оформлять несколько заказов на разные виды кофе и другие необходимые продукты, товары. Благодаря этой функции кофейня может отслеживать все свои активные заказы, от отправки до доставки, чтобы своевременно получить свой товар, а для уменьшения углеродного следа будет возможность выбрать способ доставки, например

электромобиль, велосипед или средство персональной мобильности.

Кофейня нуждается в свежееобжаренных кофейных зернах, благодаря приложению бариста могут легко сделать заказ в любое время дня и ночи. Выбирается нужный сорт кофе, указывается вес, обжарка, тип упаковки и желаемая дата доставки. В приложении заказчики видят оставшийся запас кофе в ресторане, чтобы не забыть о следующем заказе. При этом можно заказывать не только кофе, но и другие товары: бумажные стаканы, сахар, сливки. Приложение позволяет сделать единый заказ на все необходимые товары с разными сроками доставки. И дабы помочь в обеспечении устойчивого развития [1], заказчики могут выбрать продавцов, сертифицированных по стандартам Organic, Fair Trade и Rainforest Alliance, а тип упаковки – многоразовый, например холщовые мешки. Термин Fair Trade (от англ. – справедливая торговля) звучит все чаще. Наше общество становится более внимательным к вопросу справедливых условий труда тех, кто производит для нас товары. В контексте кофе справедливая торговля означает, что фермеры получают достойную оплату за свой урожай. Кофе, маркированный как сертифицированный по принципам справедливой торговли, не только в моде, но и, по мнению многих, стал необходимостью [2].

Функция обмена опытом и идеями по экологическим практикам в приложении для B2B-рынка кофейни содержит цель создания платформы для сети кофейен Varka для обмена опытом, идеями и лучшими практиками в области экологической устойчивости в кофейной отрасли. Кофейни могут присоединиться к экофоруму «Зеленый вектор» в приложении, создав профиль, где им будет доступна база знаний: библиотека статей, руководств и ресурсов по экологическим практикам в кофейной отрасли, составленная экспертами и ведущими

кофейнями. Функция чата позволяет им общаться с другими кофейнями, задавать вопросы, обсуждать изученный материал и делиться своим опытом в режиме реального времени. А также партнерство с экологическими организациями, т.е. сотрудничество с экологическими организациями для получения кофейнями доступа к экспертным знаниям, инструментам и ресурсам.

Экообучение – эта функция приложения направлена на обучение кофейни принципам устойчивого развития в сфере гастрономии, предлагая рецепты напитков и блюд, которые используют экологически чистые ингредиенты, например сертифицированный кофе, сезонные продукты, органические ингредиенты, минимизируют отходы, а именно: использование упаковки из перерабатываемых материалов (бумага, стекло, биоразлагаемый пластик), рецепты «zero waste» – рецепты, которые позволяют полностью использовать ингредиенты и минимизировать количество отходов. Данное экообучение поможет кофейням взаимодействовать между собой, так как они смогут создавать и демонстрировать собственные рецепты, чтобы делиться своим опытом и вдохновлять других.

Чтобы смотивировать клиентов пользоваться разделом «Зеленый вектор», можно ввести программу лояльности в виде благотворительности [3]. Использование нового сервиса позволит накапливать баллы, после чего эти баллы можно будет использовать при оплате заказа или обменивать их на посадку нового дерева. А также можно создать флешмоб в социальных сетях, где покупатели будут размещать фото, посты, видео и любые творческие проявления с хештегом «Зеленый вектор» или «Green vector» и получать дополнительные баллы.

Таким образом, данное внедрение поможет повысить ценность бренда Varca и стимулировать экологичность среди

клиентов, что способствует охране окружающей среды, поскольку ценность бренда связана с его социальной и этической позицией.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Устойчивое развитие: что это такое и в чем его значимость [Электронный ресурс] // Forbes. – 2021. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/425081-ustoychivoe-razvitie-cto-eto-takoe-i-v-chem-ego-znachimost>. – Дата доступа: 02.11.2024.

2. Кофейные тренды [Электронный ресурс] // Food service. – 2023. – Режим доступа: <https://www.cafe-future.ru/analytics/kofeynye-trendy-2023-/>. – Дата доступа: 03.11.2024.

3. Как использовать программу лояльности [Электронный ресурс] // ВТБ. – 2023. – Режим доступа: <https://kdelu.vtb.ru/articles/kak-ispolzovat-programmu-loyalnosti/>. – Дата доступа: 03.11.2024.