

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: НОВАЯ ЭРА



Трухан Валентина Дмитриевна,

менеджер проектов, аналитик, маркетинговое агентство «Делфи»; 644042, г. Омск, пр. К. Маркса, д. 18, корп. 22, 6 этаж, www.delfi2000.ru
marketolog@delfi2000.ru

Статья посвящена осмыслению тренда экомаркетинга в контексте текущей экологической обстановки в России и в мире, а также преобладающих потребительских практик и предпочтений. Рассматривая результаты исследования, проведенного в г. Омске, автор делает вывод о том, что экоповедение большинства граждан ограничивается простейшими практиками, такими, как например, вынос мусора или энергосбережение. Из четырех групп, выделенных путем кластерного анализа, ни одна не соответствует критериям так называемого «истинного инвайронментализма», когда обеспокоенность проблемами окружающей среды дополняется повседневными действиями по ее защите. Тем не менее, есть и другие ресурсные, с точки зрения экотребления группы, которые уже сформированы, и это открывает перед игроками рынка новые возможности в области маркетинга и инноваций.

Ключевые слова: экология, инвайронментализм, устойчивое развитие, зеленый маркетинг, потребительские практики.

Об экологии последнее время говорят все чаще: правительство активно призывает нас к энергосбережению, не отстает и бизнес — видеть на прилавках различную «эко-» и «био-» продукцию потребителям уже не в новинку.

В настоящее время заметной становится и деятельность локальных «зеленых» движений: наверняка, и среди ваших знакомых есть поклонники «экосумок» или те, кто скрупулезно собирает батарейки и прочий вредный мусор, чтобы потом утилизировать его в специально отведенных для этого местах. Таким образом, забота об экологии переходит в новую эру, где экологическое поведение потребителей становится более современным.

Но приносит ли это реальные результаты, и какие экологические проблемы по-прежнему остаются в приоритете? Мы предлагаем рассмотреть вопросы экологии на трех уровнях: глобальном, общестрановом, а затем «спуститься» на региональный и проанализировать особенности экологического поведения потреби-

телей на примере одного из сибирских городов.

Аналитики Йельского университета с 2002 года рассчитывают Индекс экологической эффективности стран (*Environmental Performance Index, EPI*), принимая в расчет такие показатели, как санитария и качество питьевой воды, выбросы CO₂ на душу населения, сохранение лесов, количество эколого-зависимых заболеваний и так далее. Еще в 2013 году приведенные на сайте Университета результаты были совсем неутешительными: Россия находилась на 106 месте из 132, что соответ-

ствовало значению индекса, равному 45,4 пункта. Ее ближайшими «соседями» выступали либо развивающиеся, либо бедные экономики, такие как Оман, Турция, Марокко, Монголия и Молдова. Первые же строчки рейтинга «достались» странам Европы — Швейцарии (76,7), Латвии (70,4), Норвегии (69,9) и Люксембургу (69,2).

В 2014 году методика расчета индекса несколько изменилась, и позиции России существенно улучшились. Теперь мы занимаем 73-е место из 178, что соответствует 53,5 пунктам значения индекса (*табл.*).

Таблица

Экологический профиль России

Name of Indicator	Score	Rank	10 Year Change
Overall Score	53.45	73	4.21%
Health Impacts	83.12	64	11.32%
Air Quality	94.36	49	0.21%
Water and Sanitation	45.17	92	8.43%
Water Resources	21.5	62	
Agriculture	16.93	171	39.92%
Forests	35.07	57	
Fisheries	12.73	92	58.73%
Biodiversity and Habitat	53.39	106	1.37%
Climate and Energy	61.02	38	

Источник. Environmental Performance Index / Yale University. <http://epi.yale.edu/epi/country-profile/russia>.