

Тема: «Экологические стратегии компаний»

д.э.н., профессор кафедры коммерции и менеджмента Козлова О.А.



Развитие «зеленых навыков» в сфере предпринимательства и бизнеса на основе европейского опыта

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Направления экологической политики предприятия

- определение экологической стратегии при промышленной, технологической и конструкторской реализации проектов по выпуску продукции;
- производство продукции, которая оказывает минимальное негативное воздействие на окружающую обстановку, и в полной мере соответствует положениям международных и отечественных экологических стандартов.



Принципы экологической политики

✓ **Охрана и защита природы** — это основа для достижения эффективного развития предприятия в дальнейшем.

✓ **Обеспечение экологической безопасности технологических процессов** выпуска продукции, как и ее самой.

✓ **Отношение к вопросам охраны природной среды должно стать постоянной составляющей** системы менеджмента деятельности предприятия.

✓ **Тщательная классификация и учет причин негативного воздействия на природу, задействованных ресурсов, объема и состава жидких и твердых отходов, разработка корректирующих действий по выявленным несоответствиям .**



Экологические стратегии (Orsato R.)

Конкурентное преимущество	Конкурентное фокусирование	
	<i>Организационный процесс</i>	<i>Продукт и сервис</i>
	<i>Снижение цен</i>	Стратегия 1: Эко-эффективность
<i>Дифференциация</i>	Стратегия 2: Внешнее лидерство	Стратегия 3: Эко-брендинг



Экологические стратегии

Стратегия 1: Экологическая эффективность

Фирмы, стремятся снизить затраты и воздействие на окружающую среду, но не афишируют данную деятельность, так как основной задачей является получение конкурентного преимущества, за счет экономии средств через проводимые экологические мероприятия.



Экологические стратегии

Стратегия 2: Внешнее лидерство

Компания использует конкурентное преимущество, пытаясь закрепиться в качестве лидера в области экологических преобразований, и таким образом сформировать или улучшить корпоративный имидж, за счет постоянного продвижения данной идеи среди потребителей.



Пример: "План А"

- Компания *Marks & Spencer* запустила линию женского белья, которое позиционирует, как "первое углеродно нейтральное". Это направление развивается в рамках кампании "План А", климатического проекта *Marks & Spencer*.

MARKS &
SPENCER

- Белье производят на Шри-Ланке. Все производство питается энергией от местной реки и солнечных панелей, установленных на крыше. Чтобы еще больше сократить эмиссию, компания высадила шесть тысяч деревьев, там же, на Шри-Ланке. Четверть из них - фруктовые деревья, которые смогут кормить местных жителей. Белье уже продается в Великобритании по ценам в диапазоне от 9 до 22 фунтов.
- К 2020 году M&S планирует перевести все свои продукты (2,7 миллиардов наименований!) на производство по принципам "Плана А".



Экологические стратегии

Стратегия 3:

Экологический брендинг

Создание эко-брендов позволяет отделиться от других продуктов компании и брендов. Но данная стратегия эффективна только в краткосрочном периоде, в дальнейшем необходимо подтвердить экологический статус бренда.



Кейс



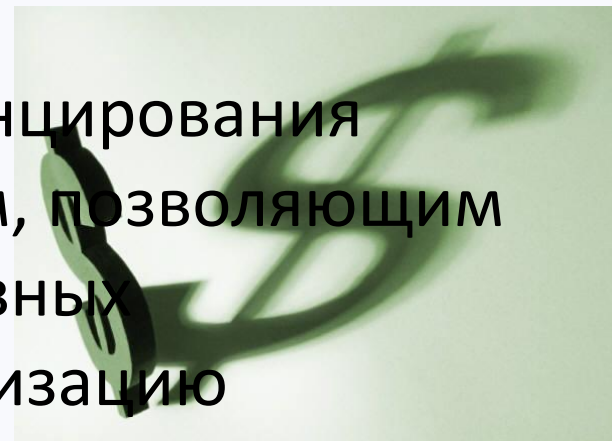
NATURA
SIBERICA



Экологические стратегии

Стратегия 4: Экологическое лидерство по стоимости

В данном случае стратегия дифференцирования может быть единственным способом, позволяющим компании обеспечить возврат серьезных экологических инвестиций в модернизацию продукта. Однако данная стратегия возможно только тогда, когда целевые сегменты доступны для компаний.



AVEDA

THE ART AND SCIENCE OF PURE FLOWER AND PLANT ESSENCES

AVEDA

Профессиональная марка предлагающая клинически одобренные продукты для заботы о коже, волосах, декоративную косметику.



Все продукты основаны на исключительно на экстрактах цветах и растений, так Aveda выражает свое стремление быть экологически безопасным брендом, и демонстрирует уважение к Земле.

Компания *Aveda*



У Aveda есть более 600 продуктов на основе растительных экстрактов: это уход за кожей, волосами, парфюмерия, декоративная косметика и аромапродукция для дома.

Философия компании Aveda основывается на использовании природных компонентов и растений, выращенных без химических удобрений при этом, не нанося вред природе. Компания постоянно ведет работы по снижению воздействия на окружающую среду при производстве и упаковке для своей продукции.



**AVEDA:
CONNECTING
BEAUTY,
ENVIRONMENT
AND WELL-BEING.**

Vision

**AVEDA: СОЕДИНЯЯ
КРАСОТУ,
ОКРУЖАЮЩУЮ
СРЕДУ И
БЛАГОСОСТОЯНИЕ**

**Лак для волос
Aveda не влияет
на озоновый
слой Земли**

**Каждый год
компания проводит
Месяц Земли, собирая
деньги на
благотворительные
инициативы**

Забота об окружающей среде – сердце марки

**Завод и офис Aveda в
Миннесоте
полностью работают
от энергии ветра**

**Упаковки
средств
производятся из
переработанных
материалов**





Лак для волос Aveda, не наносящий вреда озоновому слою

Aveda использует органические компоненты, несмотря на то, что производство из натуральных органических компонентов обходится марке дороже. Сегодня Aveda лидер по производству красок для волос, которые на 99% состоят из натуральных ингредиентов.



Aveda не использует
продуктов нефтепереработки,
поэтому производство
салициловой кислоты из
натуральных компонентов,
например, обходится марке в
10 раз дороже, чем могло бы.

Разницы между такой
салициловой кислотой и
синтетической – нет, они
идентичны. Просто такова
философия бренда.





Ко-Ичи, главный парфюмер марки

Ко-Ичи – единственный в мире парфюмер, работающий только с **органическими** эфирными маслами.

Ответ парфюмера на вопрос в чем разница органического масла от неорганического:
«Organic plant should be... organic».



Первая компания в индустрии красоты, получившая сертификат C2C*

*C2C Design рассматривает жизнь продуктов (в том числе и "жизнь после жизни") как цикл, вдохновленный самой природой.

Aveda - первая в мире компания в индустрии красоты, удостоившаяся сертификации и поддержки C2C. Сертификация Cradle to Cradle (От Истоков к Истокам) признает усилия компаний по созданию экологически безопасных продуктов, преследующих цель избежать причинения вреда и нанесения ущерба окружающей среде во всем процессе производства, распространения и потребления.

7 инновационных продуктов Aveda получили золотую сертификацию C2C и серебряный статус за упаковку.

Cradle to Cradle*»

*От Истоков, к Истокам



Салон компании Aveda



Компания не тестирует свою продукцию на животных, связи с этим имеет множество наград:

- 2006 VegNews magazine Veggie Award Reader's Pick - Favorite Hair Care line
- 2008 PETA Proggy Award - Best Cruelty-Free Spa Treatments
- 2009 peta2 Libby Award - Best Cruelty-Free Cosmetics Company
- 2010 Peta2 Libby Award - Best Cruelty-Free Hair Product, Aveda Control Paste
- 2011 VegNews magazine Veggie Award Reader's Pick - Favorite Hair Care line



Результаты мероприятия Месяц Земли

- ✓ Защищены 550 водоразделов
- ✓ Защищено качество воды Миссисипи, Колумбии и Потомакских Рек для людей и дикой природы
- ✓ Развитие планов относительно экологического восстановления Болотистых равнин Флориды
- ✓ Продвижение водных программ сохранения в регионе Рокки Мунтэйна
- ✓ Защита пресноводных ресурсов и чистка токсичных загрязнителей в Великих озерах
- ✓ Защита качества воды пляжей в Калифорнии и Нью-Джерси
- ✓ Строительство водных систем и сооружений в Восточной Африке
- ✓ Строительство экономящих дождь водных подвалов и обеспечение доступной питьевой воды в сельские деревни в Северо-западном Китае.





smooth infusion™ shampoo

BENEFITS

Daily cleansing smooths and softens hair up to 60%.

- Moisturizes and reduces frizz
- Exclusive plant infusion—a blend derived from organic aloe, maize and guar bean—creates a smooth new surface on hair
- Significantly reduces frizz and unwanted wave, helps prevent flyaways
- Protects against surface damage from heat styling
- Babassu-derived cleansing system softens hair with a luxurious lather
- One of 8 groundbreaking products honored with Gold-level Cradle to Cradle certification.

USAGE

free standard shipping with any purchase, now through the end of the year!

SIZE

Shampoo \$21.00
8.5 fl oz / 250 ml

REPLENISHMENT
SERVICE

Purchase One Time

[learn more](#)

\$21.00

ADD TO CART





Распределение

Интернет сайт

*Салоны в более чем 20
странах*

*В России:
Краснодар
Москва
Уфа
Екатеринбург*

*Институт AVEDA
(программы:
косметология,
уход за кожей,
маникюр, мануальная
терапия,
Spa терапия)*

*Академия AVEDA
(курсы парикмахеров,
специалистов по
окрашиванию волос,
курсы визажа)*



