Курсова робота

з дисципліни «Некомерційний маркетинг»

на тему: «Соціальний проект: «Сортування сміття в м. Суми»»

Зміст

Вступ

1. Використання інструментів маркетингових комунікацій в проекті

2. Комунікаційна ефективність реалізації проекту

3. Економічна ефективність проекту

Висновок

Список літератури

Вступ

На сучасному етапі розвитку суспільства можна виділити ряд проблем, які вимагають негайного вирішення. Вирішення однієї з них запропоновано в даній роботі.

М. Суми, як і багато інших міст, має проблеми з вивозом сміття. Кожного року постає питання, яку ділянку землі відпустити під полігон для сміття. Хоча обсяги відходів рік на рік не приходяться, але його потрібно утилізувати.

Одним із виходів з даної ситуації є сортування сміття. Для цього необхідно провести ряд заходів, щоб населення сприйняло і користувалося наданою послугою.

Мета роботи – розробити некомерційний проект.

Цілі роботи:

- ефективно обирати інструменти комунікації для реалізації проекту;

- навчитися визначати соціальний ефект;

- навчитися враховувати економічний ефект соціального проекту.

Тема роботи досить актуальна. Перед людством гостро постала проблема захисту навколишнього середовища. Сюди відноситься і утилізація сміття. Якщо кожне місто почне вирішувати такі питання, то можемо отримати ефект в глобальному масштабі.

1. Використання інструментів маркетингових комунікацій в проекті

Даний соціальний проект спрямований на вирішення проблеми з утилізації сміття. Як вихід запропоновано сортувати сміття. Цей підхід можна реалізувати на основі роботи підприємств, які виграли тендер в м. Суми на право вивозу сміття. Це ТОВ "Грінко-Суми" та ТОВ "А-Мусон". Вони перемогли в конкурсі з визначення суб’єктів господарювання - виконавців з надання комунальних послуг зі збирання, вивезення твердих, рідких побутових, великогабаритних та ремонтних відходів, який пройшов 8 квітня 2009 року.

Тарифи на вивіз сміття наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Тарифи на вивіз сміття

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва послуги | Тариф (грн. за куб м) | Тариф (грн. на 1 людину в місяць) |
| Вивезення твердих побутових відходів: |  |  |
| - населення приватного сектору | 30,33 | 3,79 |
| - населення багатоквартирних житлових будинків | 35,10 | 4,83 |
| - бюджетні організації | 37,22 |  |
| - інші споживачі | 37,22 |  |
| Видалення та перевезення рідких нечистот: |  |  |
| - населення | 60,04 |  |
| - бюджет | 65,50 |  |
| - інші | 65,50 |  |
| Видалення та перевезення густих нечистот для всіх категорій | 138,70 |  |

Але пізніше було встановлено нові тарифи. Вони дещо відрізняються від вище наведених і між підприємствами ТОВ "Грінко-Суми" та ТОВ "А-Мусон".

До цього «Грінко-Суми» та «А-Муссон» працювали за тарифами свого попередника - ТОВ "Сумикомунтранс". Як запевняють члени виконкому, тарифи не змінилися, просто їх зафіксували. На ділі ж вийшло, що тарифи у двох організацій різні. З травня обидва підприємства працювали за старими тарифами до того моменту, поки не погодили їх у всіх інстанціях. Як пояснив начальник управління соціально-економічного розвитку міськради Михайло Левенець, були отримані висновки цінової інспекції, згідно з якими подані тарифи економічно обґрунтовані.

Підприємствам встановлені тарифи в розмірі 4,83 грн. на місяць з одного мешканця багатоквартирного будинку та 4,82 грн. - З жителя приватного сектора. У компанії "А-Мусон" тариф для багатоквартирних будинків на 10 копійок більше - 4,93 грн. на місяць із людини, в той же час тариф для приватного сектора на 11 копійок менше - 4,73 грн.

Що стосується рентабельності підприємств, яка закладена в тарифі, то, за словами М. Левенца, "Грінко-Суми" буде працювати з рентабельністю в 4, а "А-Мусон" - з рентабельністю 2,6%.

Таблиця 1.2 – Тарифи на вивіз твердих побутових відходів

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Організація  Послуга | ТОВ «Грінко-Суми» | | ТОВ «А-Мусон» | |
| Грн./м3 | Грн./в місяць з людини | Грн./м3 | Грн./в місяць з людини |
| Вивіз твердих побутових відходів для жителів багатоповерхових будинків | 35,10 | 4,83 | 35,87 | 4,93 |
| Вивіз твердих побутових відходів для жителів приватного сектору | 35,04 | 4,82 | 34,37 | 4,73 |
| Бюджетні організації | 37,22 |  | 37,22 |  |
| Інші споживачі | 52,56 |  | 51,55 |  |

Визначення того, хто буде займатися вивозом сміття не вирішує всіх проблем. Багато із сумчан не задоволені якістю наданням послуг з вивозу сміття. Також стверджують, що ціни зависокі.

Сортування сміття дозволить не лише зменшити територію полігонів, а й заснувати певну культуру серед населення. Адже Україна прямує до європейського рівня.

Як зазначають в управлінні житлово-комунального господарства та екології, спочатку відходи сортуватимуться на скло та пластик до спеціальних контейнерів, пізніше виділятимуться інші відходи, які піддаються вторинній переробці. Незабаром біля будинків та в місцях найбільшого скупчення відходів з’являться спеціальні контейнери для роздільного сортування: жовтого – тільки для пластику і ПЕТ-пляшок та зеленого – тільки для скла. Мешканців просять, перш ніж викинути ПЕТ-пляшки у контейнер для пластику, попередньо зім’яти їх для зменшення об’єму.

Запровадження роздільного збирання сміття дозволить майже на 60% скоротити обсяги відходів, які на сьогодні потрапляють на сміттєзвалище. Розділені відходи йтимуть на переробку як вторинна сировина. Зі старого битого скла виготовлятимуть нові пляшки, з пластикових пляшок – шифер на дах, крісла для літніх терас тощо. Скорочення обсягів відходів, які вивозяться на полігон, приведе до значного скорочення шкідливих викидів у атмосферне повітря, що відбувається при самозайманні відходів на сміттєзвалищі та до зменшення забруднення отруйним фільтратом.

Кінцевою метою цього довготривалого процесу є сортування 50-60 % відходів.

В м. Суми вже існувала практика по запровадженню сортування сміття. Але вона не вдалася. Населення впровадження просто не сприйняло, а більшість і зовсім не зрозуміла. Тому пропонуємо деякі заходи, які б дозволили успішно реалізувати проект.

У межах проекту видати розмальовку для дошкільнят та учнів початкових класів із промовистою назвою «Як Сміттєзнайко Незнайка вчив сортувати сміття». Видати її за підтримки державного Фонду сприяння місцевому самоврядуванню України та Сумської міської ради

Легкі для запам’ятовування віршики, що вчать правильно сортувати сміття, і малюнки, які діти можуть розфарбувати, дозволять впровадити культуру викидання і сортування сміття ще з дитячих років. Книжечку безкоштовно роздаватимуть через управління освіти по дитячих садочках та початкових школах. Її наклад – 4200 примірників.

Даний захід дасть змогу не тільки навчити дітей викидати сміття і сортувати його, але й впливатиме на дорослих вдома.

За законом України «Про рекламу» передбачено 5% від змі відпускати під соціальну рекламу. На цій основі на головних вулицях міста на бігбордах розмістити замальований сюжет, який розповідатиме як дитина 7-8 років виносить відсортоване сміття. Сміттєві баки будуть відповідних кольорів. І дитина правильно розкладає сміття у відповідні баки. На місто треба 4 бігбордів для цієї соціальної реклами.

Сайт ТОВ «Грінко-Суми» вже створений. На сайті можна лише додати вкладку про сортування сміття: як саме сортувати, що це дає, на що направлені зусилля, цілі програми, хто вклав кошти і для чого.

Щоб не викидати зайвих коштів на закупівлю різнокольорових баків, існуючі можна просто перефарбувати.

Кошти на проведення даних заходів можна зібрати із підприємств, які побажають, щоб їхні «імена» звучали серед спонсорів.

2. Комунікаційна ефективність реалізації проекту

Оцінка ефективності заходів комплексу стимулювання некомерційного проекту – складне завдання. Даний проект навіть не зовсім послуга. Адже сміття все одно будуть вивозити. Проект спрямований на створення культури та мотивування людей раціонально використовувати природні ресурси, захищати навколишнє середовище, а тим самим покращувати умови свого життя.

Визначимо ефективність комунікаційних заходів спрямованих на просування некомерційного проекту, або визначимо соціальний ефект.

1. Ефективність друкованих брошур для дітей.

Для визначення ефективності брошур використаємо наступну формулу:

Е=Р/Ц\*100,

де Р – кількість людей ознайомлених з програмою через брошури для дітей, тобто чи досягли брошури і дорослих. Потрібне значення можна отримати шляхом опитування сумчан, Р=195 тис. людей;

Ц – кількість населення, на яку спрямований проект. В даному випадку населення м. Суми – 265тис. людей.

Е= 195/265\*100=66,1%

Це досить не поганий результат. Причому друковані брошури не єдиний захід.

2. Ефективність реклами на бігбордах

Бігборди розміщені в місцях, де за день проходить багато людей. Розрахуємо ефективність цього заходу за формулою:

У=О/П,

де У – ступінь залучення уваги перехожих;

О – число людей, що звернули увагу на рекламу протягом визначеного періоду, О=98 тис. людей;

П – загальне число людей, що пройшли повз реклами в той самий період, П=112 тис. людей.

Візьмемо проміжок часу 2 тижні.

У=98/112=0,875.

Даний результат досить не поганий. Але він знижуватиметься по мірі того, як люди звикнуть до нового повідомлення.

3. Ефективність перегляду сайту.

Е=О/Ц,

де О – кількість переглядів сайту, О=56 тис. переглядів;

Ц – цільова кількість ознайомлених, Ц=190 тис. переглядів.

Е=56/190=0,29.

Показник низький. Це зумовлено тим, що не всі звикли перевіряти інформацію на офіційних сайтах, багато людей взагалі не мають доступу до інтернету, або в силу своїх навиків роботи з комп’ютером.

3. Економічна ефективність проекту

Взагалі некомерційний проект не має на меті економічного ефекту. Але він завжди присутній. Його не завжди помітно і важко розрахувати, та це можливо.

Економічне обґрунтування некомерційних проектів здійснюється через порівняння економічних результатів із необхідними витратами на їх упровадження за допомогою показників загального економічного ефекту від цих заходів.

Економічне обґрунтування соціальних програм передбачає загальноекономічний підхід, що означає якомога повніше охоплення усіх соціально-економічних результатів щодо варіантів некомерційних заходів у різних сферах економіки на найближчу і віддалену перспективу; врахування витрат, пов’язаних із здійсненням варіантів, що розглядаються; врахування часового фактора при оцінці витрат і результатів програм; міжгалузевий підхід до обґрунтування природоохоронних заходів в цілому.

Економічну ефективність розрахуємо за формулою:

Е=Р–В,

де Е – величина умовного економічного ефекту;

Р – величина умовного економічного результату;

В – повні витрати на реалізацію заходу, завдяки якому отримують ефект.

До умовного економічного результату відносимо економію підприємств на сировині, які виробляють скляні пляшки та пластмасові меблі. Також сюди можна віднести вигоди від зменшення витрат на сміттєзбір та його утилізацію. Загальна сума становить близько 560 тис. грн. за рік. Витрати на проект становлять 437 тис. грн.. Тоді

Е=560-437=123 тис. грн..

Отже, можна сказати, що проект рентабельний. Він працює більше на довгострокову перспективу, особливо, якщо матиме успіх в сьогоденні.

Висновок

Поставлена мета досягнута. Розроблено некомерційний проект розвитку міста Суми. Завдання виконані:

- ефективно обирати інструменти комунікації для реалізації проекту – розрахунки показали, що обрані комунікаційні інструменти ефективні;

- навчитися визначати соціальний ефект – соціальний проект працює на майбутнє, необхідно виховувати молоде покоління;

- навчитися враховувати економічний ефект соціального проекту – результати економічного ефекту позитивні, а тому проект рентабельний.

Список літератури

1. Маркетинг: бакалаврський курс: Навчальний посібник / За ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004.

2. http://meria.sumy.ua/ua/archive/news\_communal/2009/04/30/grinko

"Грінко" та "А-Мусон" готові до вивозу сміття

3. http://meria.sumy.ua/ua/documents/exec\_committee\_decisions/2009/04/22

«Про визначення виконавців з надання комунальних послуг зі збирання, вивезення твердих, рідких побутових, велико-габаритних та ремонтних відходів, що утворюються на території міста Суми» від "27" квітня 2009 р № 221 м. Суми