

ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В 21 СТОЛІТТІ

Екологічний маркетинг - це сучасна концепція, яка спрямована на задоволення екологічних потреб суб'єкта господарювання, отримання прибутку, збереження довкілля та природних ресурсів. У економічній літературі цю концепцію ототожнюють із «зеленим», «живим» чи «збалансованим» маркетингом.

Завдяки екологічному маркетингу став популярний спосіб повторного використання відходів. До прикладу, компанія Sony, яка започаткувала проект «Sony Recycle Jeans» (2009 р.), стала переробляти матеріали зі старих білбордів у дизайнерські джинси, ціна яких склала від 170 дол. США. Фактично, сумарний прибуток від реалізації цього проекту оцінили у 400 000 дол. США. У такий спосіб компанія привернула увагу ЗМІ до проблем екології [1].

Одним із проявів застосування «зеленого» маркетингу є приклад привернення уваги покупців за допомогою реклами, яка є корисною для довкілля. Так, відома організація Соса-Сола встановила рослинний білборд у філіппінському місті Маккати (2012 р.). У центрі рекламного щита була зображена пляшка Соса-Сола і напис: «Цей білборд поглинає речовини, що забруднюють повітря». Цей рекламний щит було створено із 3600 карликових дерев Кармона, які мають високу здатність до поглинання вуглекислого газу. Завдяки цій рекламі компанія розповіла про свій товар, сприяла вирішенню екологічних проблем та покращенню свого іміджу [2].

Екологічна концепція маркетингу дає змогу втілювати у життя екологічні проекти. Так, у м. Львові у рамках проекту «Lviv Young Project» (2015 р.), створено першу еко-зупинку в Україні. Її збудовано з озелененим дахом. У перспективі заплановано встановлення таких «зелених зупинок» у місцях, де мало рослин на території міста [3].

Найважливішою складовою екологічного маркетингу, що відрізняє його від будь-яких інших видів, є турбота про довкілля і здоров'я людини. Крім того, він спрямований на створення економічних умов для підприємств та організацій, які сприяють модернізації технологічного виробництва та збереження ресурсів, даних природою.

Під час дослідження динаміки розвитку екологічного маркетингу в Україні, не можна не зосередитись на вітчизняних еко-виробниках. Серед відомих українських еко-марок слід виділити: UliUlia, RCR KHOMENKO, «Щось цікаве», Zelenew, PAPINARUBASKA [4].

Підприємство, яке випускає продукцію під торговою маркою UliUlia дбає про навколишній світ та дає друге життя використаним матеріалам. За основу ідеології бренду взято перероблення старих виробів зі шкіри. Завдяки цьому більш раціонально використовувати природні ресурси. Головною перевагою такого виробництва є екологічність товару. Вартість таких виробів складає від 900 грн. [5].

Інструментом впровадження екологоорієнтованої державної політики є прийнятий у 2010 р Закон України «Про основні засади державної екологічної політики на період до 2020 року», згідно із яким передбачено виділення понад 4,3 млрд. дол. США на підвищення рівня суспільної екологічної свідомості та поліпшення екологічної ситуації в країні [5].

У м. Львові концепція «живого» маркетингу знайшла своє відображення у Екофорумі «Вода та енергія» (2018 р.). Метою екофоруму було поширення інформації про зменшення негативного впливу виробничих процесів на довкілля та презентація інноваційних технологій у водному та енергетичному секторах економіки [6].

Отже, екологічний маркетинг здатний не лише розповісти про товар, а зробити це із користю для суспільства та людей.

1. *Sone recycle Jeans. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://adage.com/creativity/work/sony-recycle-project-jeans-4/18582>.*

2. *Зелена реклама Соса-Сола [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ecofriendly.ru/zelenaya-reklama-coca-cola>.*

3. *У Львові презентували першу в Україні еко-зупинку.[Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tvoemisto.tv/news/u_lvovi_oblashtuvaly_pershu_v_ukraini_ekozupynku_foto_73416.html.*

4. *Шість модних брендів дбають про навколишній світ.[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://makeitshow.com.ua/uk/news/6>.*

5. *Закон України «Про основні засади державної екологічної політики на період до 2020 року».[Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.*

6. *Екофорум «Вода та енергія». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.arenalviv.com.ua/podiyi/eko-forum-lviv-voda-ta-enerhiya/>*