

## АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

**Кордзая Н.Р., докт. економ. наук, професор  
Одеський національний технологічний університет,  
м. Одеса, Україна**

Основним трендом формування сучасного світового суспільства є його глобальна екологізація.

Бізнес, що є екологічно відповідальним набирає все більшу популярність у населення, навіть якщо вартість товарів або послуг цих виробників є вищими за конкурентів.

Тут велике значення мають маркетингові заходи й інструменти, які популяризують екологічно орієнтоване виробництво, вирішення проблем раціонального використання природних ресурсів, відповідальне споживання харчових продуктів, збереження рівня продовольчої безпеки та, як наслідок, підвищення добробуту населення країни.

Таким чином з'являється поняття «екологічний маркетинг».

Це відбувається внаслідок того, що люди стали більше уваги приділяти стану свого здоров'я, крім того все відбувається активне розповсюдження інформації про негативний вплив людини на планету і внаслідок відчутного погіршення якості навколишнього середовища. Все це призводить до появи попиту на екологічну продукцію, послуги та технології, як з боку окремих громадян, так і з боку держави [1].

Отже визначень поняття «екологічний маркетинг» існує дуже багато й вони досить різні.

Одне з найбільш відомих визначень поняття «екологічний маркетинг» запропоновано Альфредом Ендресом. Він вважає, що екологічний маркетинг являє собою особливий вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну, але не зачіпає екологічної рівноваги навколишнього природного середовища і не впливає на стан здоров'я суспільства [2].

Дуже схоже, але дещо більш спрощене визначення екологічного маркетингу має О.І. Бородин. Під Екологічним маркетингом він розуміє особливий вид людської діяльності, спрямований на задоволення нестатків та потреб за допомогою обміну, але який не завдає шкідливого впливу на довкілля [3].

Наприклад, О.В. Садченко вважає, що поняття екологічного маркетингу є розширенням поняття класичного маркетингу, і о процес планування та управління підприємницької діяльності, який

оптимально пристосовує виробництво до екологічних вимог для більш вигідного продажу екологічних товарів, послуг та умов [4].

Згідно І.М. Смоленського та Г.С. Степанюка екологічний маркетинг - складова загальної системи маркетингу, який спрямований на визначення, прогнозування і задоволення споживчих потреб таким чином, щоб не порушувати екологічну рівновагу в довкіллі і не впливати на загальний стан здоров'я суспільства, тобто не знижувати рівень екологічної безпеки [4].

Семенда О.В. розглядає екологічний маркетинг як процес просування товарів чи послуг на основі їх екологічних переваг, причому ці товари або послуги можуть бути екологічно чисті самі по собі або виготовлені екологічно чистим способом [5].

Отже, можна говорити про те, що українські вчені та підприємці мають абиякий інтерес до поняття та процесів формування екологічного маркетингу, та розглядають його дотично до підприємницької діяльності в умовах сталого розвитку країни, що особливо актуально з поглядів розвитку процесів відповідального споживання

### **Список літератури.**

1. Дишлева А.А. Актуальні проблеми розвитку екологічного маркетингу в Україні [Електронний ресурс] / А.А. Дишлева // Наука онлайн. Міжнародний науковий журнал – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/ASUS/Desktop/Dishleva.pdf>.

2. Эндрес А. Экономика окружающей среды / Альфред Эндрес: пер. с нем. С.И. Дорогунцова и Б.М. Данилишина. – К.: Либідь, 1995. – 168 с.

3. Владимірова М.С. Формування екологічного маркетингу на підприємстві / М.С. Владимірова. // «Young Scientist». – 2016. – №4. – С. 35–38.

4. Кучмійов А.В. Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління [Електронний ресурс] / А.В. Кучмійов // Ефективна економіка. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2278>.

5. Семенда О.В. Основні аспекти екологічний маркетингу в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Семенда // *Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique*. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/OSNOVNI\\_ASPEKTI\\_EKOLOGICNO\\_GO\\_MARKETINGU\\_V\\_UKRAINI.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/OSNOVNI_ASPEKTI_EKOLOGICNO_GO_MARKETINGU_V_UKRAINI.pdf).