

ИНТЕГРАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ В МАРКЕТИНГ МАГАЗИНА

А. С. ИВАНОВА, А. В. ГОЛЕНКО

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Брест, Беларусь, aivanova047@gmail.com
Научный руководитель – А. П. Головач, старший преподаватель*

Введение. Вопросы защиты окружающей среды появляются в печати и встают на политической повестке дня во многих странах мира. Появляются новые направления деятельности в области современного бизнеса и взаимодействия человека и природы, экология и маркетинг формируют новый менталитет и в предпринимательстве, и в отношениях человека и природы.

Появился экологический маркетинг, нацеленный на продвижение товаров, при производстве, использовании и утилизации которых окружающей природной среде наносится минимальный урон. Его задачей является предотвращение, либо уменьшение загрязнения окружающей среды методами и инструментами маркетинга планируя, координируя и контролируя все рыночные действия.

Материалы и методы. Методы реализации концепции экологического маркетинга: разработка и внедрение законодательных норм, предписывающих определенные стандарты пользования природными ресурсами; экологический PR, обеспечение открытости фирмы, создание положительного имиджа, акционеров и инвесторов; разработке новых безотходных и безопасных технологий; разработка экологичных товаров и услуг; создание устойчивой и результативной обратной связи с потребителями; поддержка инноваций [1].

Результаты и обсуждение. В этой сфере есть тренды-лидеры, которые подходят для реализации в любом бизнесе. На первом месте – использование солнечной энергии. В скором будущем солнечные батареи будут самым доступным способом получения энергии. Затем – использование LED-ламп. Этот вид источника считается наименее ресурсозатратным. На третьем месте – электромобили. Они считаются наиболее энергосберегающими, экологичными и экономичными. И четвертый тренд – эко-материалы. Отказываясь от пластиковой тары/пакетов, выпуская товар в картонной упаковке, используя полимеры для последующей переработки, бренды привлекают клиентов, которых заботит отсутствие химии.

Заключение. Можно сделать вывод, что в наши дни вопрос экологии стоит весьма остро и в некоторых случаях использование экологичных товаров – это не прихоть потребителей, а необходимость. Поэтому многие производители начали делать упор на разработку экологически чистых товаров. И в современных реалиях население Земли постепенно возвращается к экологичности и натуральности.

Список цитированных источников

1. Экологический маркетинг [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/ekologicheskiiy_marketing/ – Дата доступа: 29.05.2022.