

ЗЕЛЕНЫЙ МАРКЕТИНГ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНТОВ

Совьер-Каспшик И.К., к.э.н.

Честоховский университет технологий (г. Ченстохов, Польша)

В течение уже долгого времени наблюдается явление загрязнения окружающей среды. Поэтому большинство областей экономики выдвигают на первый план деятельность в области устойчивого развития. В рамках деятельности компаний используют зеленый маркетинг, в том числе путем создания органических продуктов, их продвижение и т.д.

Потребительское поведение в рамках зеленого маркетинга является одним из факторов улучшения состояния окружающей среды. При этом учитываются три фактора (социальное влияние, экологические отношения и забота об окружающей среде), которые влияют на потребительское поведение. Существенным результатом было указано, между социальным влиянием, Забота об окружающей среде и зеленый покупательское поведение.

Данное исследование предусматривает методы использования зеленого маркетинга компаниями и восприятие этого вида деятельности покупателями. Использование зеленых маркетинговых инструментов призвано побудить покупателей приобрести органические продукты.

Автором проведены также исследования в группе студентов. Исследование показывает, что акценты в восприятии зеленого маркетинга молодыми людьми и их покупательского поведения перемещаются в сторону зеленых покупок.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013. — Т.2. — С. 215-216.