

Проблеми екологічного маркетингу в Україні

Стеценко Ю.О.

В середині 80-х років концепція маркетингу збагатилася завдяки введенню в господарську діяльність системи екологічних оцінок. Започаткування цієї системи належить підприємцям, які звернули увагу в своїй практичній діяльності на те, що споживачі як носії платоспроможного попиту повною мірою прагнуть задовольнити свої потреби у високій якості життя. Поняття “якість життя” вміщує в собі не тільки достаток і доступність високоякісних товарів та послуг, але й збереження і навіть покращення якості довкілля.

Застосування хімії, наприклад, в сільському господарстві загрожує людству погіршенням родючості ґрунтів і якості води, отруєнням продуктів харчування та безперервним зростанням захворюваності. Це веде до загострення екологічної ситуації: виснаження природних ресурсів, забруднення довкілля, погіршення природного сховища найважливіших життєвих благ. Зростає стомленість людей, погіршується їх фізичний та моральний стан.

Для виявлення екологічного становища в Україні використовують систему екологічного моніторингу. Під моніторингом розуміється спеціально організований комплекс системних спостережень за станом певних об'єктів. Результати моніторингу використовують для інтегральної оцінки якості довкілля.

Під екологічними товарами треба розуміти економічні продукти, виробництво та споживання яких сприяє зниженню інтегрального екодеструктивного впливу в розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту при одночасному підвищенні економічної ефективності у сферах їх виробництва та споживання.

Як і в інших напрямках маркетингової діяльності, споживчий ринок екологічного маркетингу потребує сегментування. Найбільш чітко визначеними є наступні сегменти екологічного маркетингу: географічний, галузевий, за функціональним призначенням.

Виходячи з усього вищезазначеного можна зробити висновок, що впровадження екологічного маркетингу в Україні складається з переходу підприємств до політики концепції соціально-етичного маркетингу та з розробки відповідних маркетингових стратегій.