

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА»

УДК 330.46:519.86

Тіховська Т.М.¹

¹канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ФОРМУВАННЯ ЗАВДАНЬ КОМПЛЕКСУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

Необхідною умовою у системі управління збалансованим розвитком Запорізького регіону є врахування територіального фактора за умови реалізації завдань, функцій та принципів комплексу екологічного маркетингу.

Регіон може розглядатись як цілісна система, і задля реклами можуть використовуватись екологічні переваги цієї території, наприклад, відповідність екологічним стандартам, відсутність забруднення повітря, екологічно чисті джерела питної води і т. д. У цих умов комплекс екологічного маркетингу регіонів спрямований на розробку і реалізацію екологічно обґрунтованих програм та проєктів, залучення інвестицій, розробку та реалізацію регіональних схем запобігання наслідкам ймовірних екологічно небезпечних ситуацій. В свою чергу, процес еволюції екологічного маркетингу регіону нерозривно пов'язаний із формуванням на ринку екологічно усвідомлених потреб.

Перший рівень усвідомлення – це попит на екологічно безпечну продукцію та послуги, що не завдають шкоди здоров'ю споживача, є екологічно чистими як в процесі споживання, так і використання. Цей рівень попиту забезпечити найлегше, оскільки турбота про безпеку свого життя, життя близьких лежить в основі людської свідомості. Отже, формування такого попиту і розвиток продукції та послуг для його задоволення відповідає першій концепції екологічного маркетингу – концепції розвитку екологічно чистої продукції і є основним завданням суспільства на сучасному етапі.

Другий рівень усвідомлення – це попит на продукцію, яка є не лише екологічно чистою і безпечною для споживання або використання, але і весь її життєвий цикл. Цей рівень попиту необхідно формувати поступово за допомогою системи екологічної освіти та навчання, необхідно забезпечити всю продукцію або послуги, які відповідають цим вимогам, відповідними екологічними знаками та марками, потрібно забезпечити високий ступінь довіри до цих екознаків, екомарок та екологічно сертифікованих товарів і підприємств. Наявність екологічного сертифіката, знак екологічного маркування та фрази, що акцентують

увагу споживача на перевагах маркованої продукції, надають впевненість виробнику, що продукція відповідає новим ринковим тенденціям. Але не менш важливо інформувати споживача про екологічні критерії та стандарти. Це надає йому можливість перекоонатися в тому, що екологічне маркування не елемент суто реклами, а надійний результат незалежної оцінки за чітко визначеними критеріями, що вказують на перевагу щодо впливів на стан довкілля та здоров'я людини. Для інформування варто застосовувати всі можливі канали комунікацій та маркетингові інновації. Отже, формування такого попиту відповідає другій концепції екологічного маркетингу – концепції розвитку екологічно орієнтованого виробництва.

Третій рівень – це формування попиту на продукцію, яка відповідає принципам сталого розвитку регіону. Такий рівень попиту вимагає високої екологічної свідомості суспільства і дає змогу збалансувати розумні потреби споживачів та можливості навколишнього середовища.

Традиційно, заходи комплексу екологічного маркетингу повинні формуватися на основі, так званого, ситуаційного аналізу ринкових можливостей і загроз, а також сильних і слабких сторін. Отже, необхідно постійно робити аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін Запорізького регіону з погляду комплексу екологічного маркетингу: рівень екодеструктивного впливу на довкілля підприємствами регіону (виробничий процес, технології, відходи тощо); оцінку можливостей, що мають підприємства у вирішенні регіональних еколого-економічних проблем; рівень екологічності сировини, що використовується у виробництві товарів підприємствами Запорізького регіону; оцінку екологічних цільових програм керівництва регіону та підприємств; імідж підприємств Запорізького регіону з погляду споживачів та громадськості тощо.

За умов сьогодення до головних завдань екологічного маркетингу будь-якого промислового регіону відносять завдання: з однієї сторони – це формування та розвиток ринку екологічних товарів з метою стимулювання економічного розвитку промислового регіону, з іншого – необхідність збереження та подальше поліпшення якості довкілля.

Отже, завданнями екологічного маркетингу Запорізького регіону повинні стати наступні: по-перше, формування на ринку екологічно усвідомлених потреб; по-друге, створення умов для збереження навколишнього середовища регіону; по-третє, пристосування виробництва до умов ринку; по-четверте, розробка конкурентоспроможної, екологічно чистої продукції підприємств регіону; по-п'яте, інтенсифікація збуту екологічно чистої продукції

підприємствами регіону; по-шосте, отримання додаткового прибутку підприємствами регіону за рахунок екологізації виробництва.

Таким чином, розвиток ринку екологічних товарів та послуг стає одним із основних факторів забезпечення стабільного розвитку економіки Запорізького регіону в сучасних умовах, що в свою чергу надає можливості вирішити комплексно як економічні, соціальні, так і екологічні проблеми. Тому при формуванні та визначенні векторів розвитку Запорізького регіону, на основі виробництва екологічних товарів та надання екологічних послуг, актуальним є врахування як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.