

УДК 339.138:574
ББК 65.290-2

Божук С.Г. Экологический маркетинг: учебное пособие / С.Г. Божук, К.В. Евдокимов, Н.А. Плетнева, В.И. Саморуков. – СПб.: СПбГАУ, 2018. - с. 140

Рецензенты:

Доктор сельскохозяйственных наук, доцент **А.М. Спиридонов**;

кандидат экономических наук, доцент **Н.В. Красноставская**.

Разработано для ознакомления слушателей дополнительных профессиональных программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации с современными направлениями экологического маркетинга.

В пособии рассмотрены основные концепции и инструменты экологического маркетинга, методы анализа маркетинговой среды отечественных экологически ориентированных компаний.

Представлены стратегии целевого маркетинга с учетом специфики потребительского и конкурентного поведения, обусловленной экологической заинтересованностью.

Рекомендованы к изданию и публикации Учебно-методическим советом СПбГАУ, протокол № 5 от 28 июня 2018 года.

© Божук И.И., Евдокимов К.В.,
Плетнева Н.В., Саморуков В.И., 2018

© ФГБОУ ВО СПбГАУ, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| 1. Актуальность концепции экомаркетинга в условиях мирового рынка..... | 8 |
| 1.1. Сущность и основные положения концепции ЭКОМАРКЕТИНГА | 8 |
| 1.2. Виды инструментов ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА | 14 |
| 1.3. МАРКЕТИНГОВАЯ МИКРОСРЕДА РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ ЭКОМАРКЕТИНГА В России | 24 |
| 1.4. МАРКЕТИНГОВАЯ МАКРОСРЕДА РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ ЭКОМАРКЕТИНГА В России | 33 |
| Вопросы для самоконтроля | 47 |
| 2. Методы анализа среды экологически ориентированных компаний..... | 48 |
| 2.1. Виды методов анализа среды экологически ориентированных компаний..... | 48 |
| 2.2. PEST-АНАЛИЗ..... | 49 |
| 2.3. ЕТОМ-АНАЛИЗ..... | 51 |
| 2.4. SWOT-АНАЛИЗ..... | 53 |
| 2.5. ПРИМЕР SWOT-АНАЛИЗА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА ООО «ЭКОЛОГИСТИКА»..... | 58 |
| Вопросы для самоконтроля | 64 |
| 3. Специфика анализа поведения потребителей при выборе органической продукции | 65 |
| 3.1. МОДЕЛИ АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ..... | 65 |
| 3.2. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ | 68 |
| 3.3. ПРИМЕР АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА ООО «ЭКОЛОГИСТИКА» | 70 |
| Вопросы для самоконтроля | 73 |
| 4. Специфика анализа конкурентов на рынке экопродукции..... | 74 |
| 4.1. АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ | 74 |
| 4.2. Виды конкурентных стратегий экологически ориентированных | |

| | |
|--|------------|
| КОМПАНИЙ..... | 81 |
| 4.3. «ЗЕЛЕННЫЕ» СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ..... | 85 |
| 4.4. ПРИКЛАДНОЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИСТИКА»..... | 91 |
| ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ | 99 |
| 5. Маркетинговые стратегии экологически ориентированных компаний..... | 100 |
| 5.1. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ЦЕЛЕВОГО МАРКЕТИНГА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ | 100 |
| 5.2. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РОСТА И СОЗДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ..... | 110 |
| 5.3. ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ МАГАЗИНОВ ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ ООО «ЭКОЛОГИСТИКА» | 115 |
| ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ | 128 |
| КЕЙС | 128 |
| ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ..... | 130 |