

يعتبر التسويق الأخضر أهم المفاهيم والأنشطة التجارية والتي تعمل في مجال تسويق المنتجات الصديقة للبيئة أو الغير ضارة بها ، سواء في عملية تصنيعها أو تسويقها واستخدامها ، وتحقيق بنية تسويقية مناصرة للبيئة . فالمنتجات التي يتم اعتمادها عادة في التسويق الأخضر تكون قائمة على عمليات إعادة التصنيع الإنتاج الطبيعي والطاقات البديلة المستدامة غير معتمدة في أغلب أحوالها على مواد مضررة بالبيئة أو ملوثة لها . و يعد التسويق الأخضر مفهوم جديد في البيئة التسويقية ظهر نتيجة الوعي بالمخاطر البيئية الناجمة عن نواتج الاحتراق والمواد والتراكيب الكيميائية الخطرة ونفاياتها . وتسعى المؤسسات والشركات الحديثة لدعم هذا النوع من التسويق وعيا منها بأهمية المحافظة على البيئة الطبيعية و ضمان الأمن البيئي . التسويق الأخضر: هو بيع وشراء المنتجات المناصرة للبيئة والتعامل مع الشركات والعلامات التجارية المصنعة لها فضلا عن منتجات الشركات المشابهة القائمة على صناعة وإنتاج هذه المواد بطريقة خضرة و ملوثة للبيئة ، بحيث يتم تقديم منتجات ترضي تطلعات المستهلكين وتحقق الأهداف الربحية للشركات وفي الوقت نفسه تساهم في الحفاظ على البيئة . ونتيجة للأهمية التي قدمها هذا النوع من التسويق (التسويق الأخضر) ، تسارع الكثير من الباحثين والمهتمين لتعريفه ودراسة أبعاده وأهمياته ، فنلاحظ خروج العديد من التعاريف الأخرى . فقد عرف علماء آخرون التسويق الأخضر على أنه أحد عوامل حماية البيئة وتحقيق الاستدامة البيئية مع المحافظة على العملية الإنتاجية والتسويقية بجودة عالية وبأقل ضرر على البيئة . أما فيما يتعلق بالتسمية فقد لاقى اختلافاً أيضاً بين المهتمين منهم من رأى أن التسويق الأخضر ملائم لأنه لون يرمز للبيئة الطبيعية ومنهم من دعاه بالتسويق المستدام والبعض الآخر أطلق عليه التسويق البيئي . ولكن في العموم يمكن تحديد تعريف شامل للتسويق الأخضر على أنه نشاط تسويقي يهدف إلى تحقيق وخلق أثر إيجابي للمنتجات وإشباع حاجيات العملاء وأرباح الشركات ، وإزالة المشاكل والتأثيرات السلبية لمنتجات الشركات وتحقيق بيئة آمنة ونظيفة ، أي أن التسويق الأخضر عملية متكاملة بين الشركة والمستهلك والبيئة . زيادة أرباح الشركات وتحقيق مكانة كبيرة بين منافسيها . زيادة ثقة المستهلكين بها نتيجة زيادة الوعي الاجتماعي بهذا النوع من التسويق . إشباع رغبات المستهلكين وخاصة مع الإقبال على هذا التسويق من قبل الشركات الحديثة . كسب المستهلكين المناصرين للبيئة وتحقيق سمعة وشهرة جيدة . رفع كفاءة وفعالية المؤسسة الإنتاجية وخفض مستوى التلوث البيئي . عمليات إعادة التدوير والتصنيع تزيد من الأمن البيئي وتخفف الأضرار . تحقيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية من خلال ضمان خدمات أو منتجات نظيفة مناصرة للبيئة . يقوم التسويق الأخضر على دعم الصناعات المستدامة والقائمة على مصادر طاقة بيئية مستدامة وقليلة الانبعاثات . تجنب مخاطر الغازات ونواتج الاحتراق المضررة بالبيئة . التقليل من مخاطر تلوث التربة والمياه نتاج المخلفات التي تلقى أو تطمر بها . إمكانية إعادة التدوير للفضلات و مواد التغليف والتعبئة والمنتجات . تجنب المواد المتحللة المضررة بالبيئة من مواد بلاستيكية وغيرها . فالتسويق البيئي يعني بكل ما يتعلق بعمليات التصنيع والتغليف والتسويق وحتى آليات النقل والعلاقات العامة والمواد الإعلانية ، موجهاً كل طاقاته نحو هدف حماية البيئة والحفاظ عليها كعامل أولي وتحقيق المكاسب للشركات من جهة ثانية ، بالإضافة إلى التركيز على عمليات التسويق والترويج والبيع والإقناع وزيادة عدد المستهلكين وتأمين مستويات الجودة . ووجود هذه العوامل مجتمعة ومفعلة يمكن تحقيق نجاح عملية التسويق الأخضر، هو العميل أو الزبون الواعي بأهمية البيئة والمخاطر البيئية والمناصر لها أو المناضل ضد تلوثها والداعي للحفاظ عليها من الملوثات الكيميائية ونواتج الصناعات وأضرارها المستقبلية ، وهو لا يكتفي بالتعامل مع المنتجات البيئية بل يسعى لترويجها ودعمها وتجنب التعامل مع الشركات أو العلامات التجارية التي تسبب تلوث أو خلل بيئي في موادها الإنتاجية . هي ما يتم إنتاجه وفقاً لمعايير الصحة والجودة مع مراعاة تأمين شروط الحفاظ على البيئة الطبيعية من عدم وجود نواتج احتراق أو ممارسات كيميائية ذات نواتج بيئية سامة ، وتركيز الاعتماد على مواد أولية معاد تصنيعها أو مستخرجة طبيعياً وغير قابلة للانحلال الخطر ، ودعم الصناعات الممكن إعادة تدويرها . هو النشاط التسويقي ومجموعة العمليات الدعائية والترويجية القائمة على نشر مبادئ الصناعات الخضراء والحفاظ على بيئة صحية ، ودعم وتشجيع استخدام المنتجات الصديقة للبيئة وتحفيز الجهود لخلق منتجات جديدة باستمرار موافقة لهذه الشروط التسويقية ، بمعنى آخر الترويج للمنتجات بما يحقق المكاسب للشركات ويساهم في رفع مستوى الوعي تجاه المخاطر البيئية وسبل تجنبها ، مثل التركيز على العوامل الصحية والنظافة والتعامل مع نواتج ومخلفات الصناعات وتبني القيم الأخلاقية البيئية . مبادئ ومعايير التسويق الأخضر : يقوم التسويق الأخضر على مجموعة من المبادئ والأسس التي لا يمكن تجاوزها ، التعامل في صناعة المواد المسوق لها على مواد أولية ذات تحلل غير مضر بالبيئة أو قابل لإعادة التصنيع بعد الانتهاء من استهلاكه بدلا من رميها والتضرر بسببها . تركيز الجهود على الصناعات طويلة الأمد و

بالتالي التقليل من النفايات و الصناعات الملوثة و إمكانية الصيانة أو التعديل بدل الإتلاف ، و التركيز على إمكانية إعادة التصنيع كمبدأ أساسي كما ذكرنا سابقا . الخروج بمنتجات ذات جودة تلائم هذا النوع من التسويق (التسويق الأخضر) و بأسعار مناسبة لجودته و إمكانيات المستهلكين بحيث تحقق الميزة التنافسية مع الشركات المصنعة للسلع المشابهة و الغير موافقة للشروط البيئية، ما يضمن إقبال متزايد على منتجات التسويق الأخضر . دعم المزايا الخضراء في صناعة المنتجات و تحقيق ميزة تنافسية مع الشركات الأخرى لتشجيع تبني هذا التوجه . نتمنى أن نكون قد وفقنا في تقديم هذا المقال عن التسويق الأخضر و عوامله و أهمياته .