يعتبر التسويق الأخضر أهم المفاهيم و الأنشطة التجارية و التي تعمل في مجال تسويق المنتجات الصديقة للبيئة أو الغير ضارة بها ، سواء في عملية تصنيعها أو تسويقها و استخدامها ، و تحقيق بنية تسويقية مناصرة للبيئة . فالمنتجات التي يتم اعتمادها عادة في التسويق الأخضر تكون قائمة على عمليات إعادة التصنيع الإنتاج الطبيعي و الطاقات البديلة المستدامة غير معتمدة في أغلب أحوالها على مواد مضرة بالبيئة أو ملوثة لها . و يعد التسويق الأخضر مفهوم جديد في البيئة التسويقية ظهر نتيجة الوعي بالمخاطر البيئة الناجمة عن نواتج الاحتراق و المواد و التراكيب الكيميائية الخطرة و نفاياتها . و تسعى المؤسسات و الشركات الحديثة لدعم هذا النوع من التسويق وعيا منها بأهمية المحافظة على البيئة الطبيعية و ضمان الأمن البيئي . التسويق الأخضر:هو بيع و شراء المنتجات المناصرة للبيئة و التعامل مع الشركات و العلامات التجارية المصنعة لها فضلا عن منتجات الشركات المشابهة القائمة على صناعة و إنتاج هذه المواد بطريقة خطرة و ملوثة للبيئة ، بحيث يتم تقديم منتجات ترضي تطلعات المستهلكين و تحقق الأهداف الربحية للشركات و في الوقت نفسه تساهم في الحفاظ على البيئة . و نتيجة للأهمية التي قدمها هذا النوع من التسويق (التسويق الأخضر) , تسارع الكثير من الباحثين و المهتمين لتعريفه و دراسة أبعاده و أهمياته ، فنلاحظ خروج العديد من التعاريف الأخرى . فقد عرف علماء آخرون التسويق الأخضر على أنه أحد عوامل حماية البيئة و تحقيق الاستدامة البيئة مع المحافظة على العملية الإنتاجية و التسويقية بجودة عالية و بأقل ضرر على البيئة . أما فيما يتعلق بالتسمية فقد لاقت اختلافا أيضا بين المهتمين منهم من رأى أن التسويق الأخضر ملائم لأنه لون يرمز للبيئة الطبيعية و منهم من دعاه بالتسويق المستدام و البعض الآخر أطلق عليه التسويق البيئي . و لكن في العموم يمكن تحديد تعريف شامل للتسويق الأخضر على أنه نشاط تسويقي يهدف إلى تحقيق و خلق أثر إيجابي للمنتجات و إشباع حاجيات العملاء و أرباح الشركات , و إزالة المشاكل و التأثيرات السلبية لمنتجات الشركات و تحقيق بيئة آمنة و نظيفة ، أي أن التسويق الأخضر عملية متكاملة بين الشركة و المستهلك و البيئة . زيادة أرباح الشركات و تحقيق مكانة كبيرة بين منافسيها. زيادة ثقة المستهلكين بها نتيجة زيادة الوعي الاجتماعي بهذا النوع من التسويق. إشباع رغبات المستهلكين و خاصة مع الإقبال على هذا التسويق من قبل الشركات الحديثة. كسب المستهلكين المناصرين للبيئة و تحقيق سمعة و شهرة جيدة. رفع كفاءة و فعالية المؤسسة الإنتاجية و خفض مستوى التلوث البيئي. عمليات إعادة التدوير و التصنيع تزيد من الأمن البيئي و تخفف الأضرار. تحقيق المسؤولية الاجتماعية و البيئية من خلال ضمان خدمات أو منتجات نظيفة مناصرة للبيئة. يقوم التسويق الأخضر على دعم الصناعات المستدامة و القائمة على مصادر طاقة بيئية مستدامة و قليلة الانبعاث. تجنب مخاطر الغازات و نواتج الاحتراق المضرة بالبيئة. التقليل من مخاطر تلوث التربة و المياه نتاج المخلفات التي تلقى أو تطمر بها. إمكانية إعادة التدوير للفضلات و مواد التغليف و التعبئة و المنتجات. تجنب المواد المتحللة المضرة بالبيئة من مواد بلاستيكية و غيرها. فالتسويق البيئي يعنى بكل ما يتعلق بعمليات التصنيع و التغليف و التسويق و حتى آليات النقل و العلاقات العامة و المواد الإعلانية ، موجهاً كل طاقاته نحو هدف حماية البيئة و الحفاظ عليها كعامل أولي و تحقيق المكاسب للشركات من جهة ثانية ، بالإضافة إلى التركيز على عمليات التسويق و الترويج و البيع و الإقناع و زيادة عدد المستهلكين و تأمين مستويات الجودة . و وجود هذه العوامل مجتمعة و مفعلة يمكن تحقيق نجاح عملية التسويق الأخضر، هو العميل أو الزبون الواعي بأهمية البيئة و المخاطر البيئية و المناصر لها أو المناضل ضد تلوثها و الداعي للحفاظ عليها من الملوثات الكيميائية و نواتج الصناعات و أضرارها المستقبلية ، و هو لا يكتفي بالتعامل مع المنتجات البيئية بل يسعى لترويجها و دعمها و تجنب التعامل مع الشركات أو العلامات التجارية التي تسبب تلوث أو خلل بيئي في موادها الإنتاجية. هي ما يتم إنتاجه وفقا لمعايير الصحة و الجودة مع مراعات تأمين شروط الحفاظ على البيئة الطبيعية من عدم وجود نواتج احتراق أو ممارسات كيميائية ذات نواتج بيئية سامة ، و تركيز الاعتماد على مواد أولية معاد تصنيعها أو مستخرجة طبيعيا و غير قابلة للانحلال الخطر ، و دعم الصناعات الممكن إعادة تدويرها . هو النشاط التسويقي و مجموعة العمليات الدعائية و الترويجية القائمة على نشر مبادئ الصناعات الخضراء و الحفاظ على بيئة صحية ، و دعم و تشجيع استخدام المنتجات الصديقة للبيئة و تحفيز الجهود لخلق منتجات جديدة باستمرار موافقة لهذه الشروط التسويقية ، بمعنى آخر الترويج للمنتجات بما يحقق المكاسب للشركات و يساهم في رفع مستوى الوعي تجاه المخاطر البيئية و سبل تجنبها , مثل التركيز على العوامل الصحية و النظافة و التعامل مع نواتج و مخلفات الصناعات و تبني القيم الأخلاقية البيئية . مبادئ و معايير التسويق الأخضر : يقوم التسويق الأخضر على مجموعة من المبادئ و الأسس 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 و التضرر بسببها . تركيز الجهود على الصناعات طويلة الأمد و

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي

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 .

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي