

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL MARKETING AS A STRATEGIC OPTION OF THE ENTERPRISE

**Gangan Iulian, Phd student
Academy of Economic Studies of Moldova**

Ecological marketing, also known as green marketing or sustainable marketing, is a strategic option that many companies adopt to adapt to the ever-changing market demands and to help protect the environment. This approach is based on the promotion and marketing of products and services that have a low impact on the environment and consumers or that support current ecological guidelines.

It is known that the development of marketing is influenced by the development of society. In order to support the development of a healthy society, businesses also propose some responsibilities, which add value to its image.

Referring to Corporate Social Responsibility (CSR), businesses adopt green marketing as part of their responsibilities to demonstrate their commitment to environmental issues and to improve their image in the eyes of consumers interested in health and the state of the environment.

The increased tendency of consumers to be more aware of the impact of their products and services on the environment is a significant phenomenon in contemporary society. This awareness raising is based on many reasons and influences, and the impact on the market is obvious. Among the main aspects underlying this trend, we mention, first of all, environmental issues such as climate change, pollution and depletion of natural resources, which have become pressing global situations. Information and research on these issues has raised awareness among consumers, prompting them to consider the environmental impact of products.

Today, access to information is easier than ever thanks to the internet and social media. Consumers can quickly learn about the products and brands they use and discover their level of sustainability. More consumers are concerned not only about the environment, but also about ethical issues related to production, including working conditions and human rights. Sustainable products are increasingly associated with more ethical business practices.

Including in the Republic of Moldova, companies have begun to recognize the growing demand for organic products and actively promote them. This may include labeling products with information about sustainability or eco-marketing campaigns. This increase in awareness and demand for eco-friendly products has led to a significant change in the market, with more and more businesses developing and promoting sustainable products and services. This trend is likely to continue to influence consumer behavior and marketing strategies in the future.

Many consumers are increasingly aware of the impact their products and services have on the environment. Therefore, there is an increase in demand for environmentally friendly or sustainable products.

Adopting eco-friendly practices can bring numerous benefits for companies, including saving resources and increasing long-term profitability.

Efficient use of energy is essential to reduce production costs. By investing in more energy-efficient technologies and optimizing processes, Moldovan businesses can save significant amounts of electricity and heat. This in turn influences the reduction of financial information in utility bills and, at the same time, the reduction of carbon emissions of the business.

A valuable resource in the development of the environment and society is water, and its efficient use can reduce operating costs. Businesses can implement water recycling systems, rainwater collection systems, and water reduction technologies to save water resources.

An important strategic green marketing option for modern businesses is to minimize waste by implementing recycling practices, composting and reducing unnecessary packaging to reduce the amount of waste generated. This can lead to significant savings related to both waste disposal and environmental pollution.

The use of recyclable materials and materials with a longer service life can reduce the costs of replacing and maintaining equipment and infrastructure. This helps save resources and reduce costs in the long run. Research and development of more sustainable solutions can lead to innovations that give companies a competitive advantage. Innovative products and technologies can open up new markets and increase revenues.

Consumers are becoming increasingly interested in products and services with reduced environmental impact. Companies that adopt environmentally friendly practices can benefit from an increase in demand for their products and an improvement in their reputation in the market.

In conclusion, green marketing can be a valuable strategic option for companies, both economically and from a corporate social responsibility perspective. However, it is important that the adoption of environmentally friendly practices not only contributes to protecting the environment, but also brings significant economic benefits. Companies that invest in sustainability can save resources and build a more efficient and profitable business in the long run.

ЗМІСТ

1.	<i>Voicilaş Dan-Marius</i> RESEARCH ON BIOECONOMY POTENTIAL IN ROMANIA.....	3
2.	<i>Gangan Iulian</i> THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL MARKETING AS A STRATEGIC OPTION OF THE ENTERPRISE.....	7
3.	<i>Мірошниченко І.С.</i> РЕГЛАМЕНТАЦІЯ СУЧАСНОГО ПРОЦЕСУ СЕК'ЮРИТИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	9
4.	<i>Koldovskyi Artem</i> IMPACT OF NEW CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCIES ON MACROECONOMIC STABILITY.....	12
5.	<i>Іваницька О.М.</i> ПРИНЦИПИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ SIGMA/OECD ТА ЇХ ЕВОЛЮЦІЯ.....	15
6.	<i>Піддубний В.А., Красножон С.В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ПРИ РОЗРОБЦІ МАЛОВІДХОДНИХ, ЕНЕРГО- І РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА	18
7.	<i>Андрущенко Н.В., Морозова Г.С.</i> ЦИФРОВА ВАЛЮТА ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ (СВДС): ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	21
8.	<i>Бахчиванжи Л.А., Богач В.М., Клейбатенко А.О.</i> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	26
9.	<i>Безверхий К.В., Мазуренко Н.В.</i> АУДИТОРСЬКИЙ КОНСАЛТИНГ: ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	30
10.	<i>Березовська Л. В., Мельник А.Р.</i> БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДУ.....	34
11.	<i>Бочарова Н.А., Яровий І.О.</i> РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕР-МЕНЕДЖМЕНТУ У ПІДТРИМЦІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ ВИКЛИКИ.....	37
12.	<i>Внукова Н.М.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0 В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	42