

Наконечна Т. В.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»*

Тимко А. Ю.

*старший викладач кафедри водіння бойових машин та автомобілів
Національної академії сухопутних військ*

Гапій М. П.

студентка

Національного університету «Львівська політехніка»

Nakonechna Taisiia

*Ph. D., Associate Professor of the Department of Marketing and Logistics
National University «Lviv Polytechnic»*

Timko Andrii

*Senior Instructor of the Department of Driving Combat Vehicles and Cars
National Academy of Land Forces*

Hapii Mariana

Student

National University «Lviv Polytechnic»

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. У статті розглянуто суть та зміст концепції «циркулярна економіка» та показано основні цілі і переваги від її застосування. Охарактеризовано основні компоненти циркулярної економіки, такі як ресурсоефективне та чисте виробництво, свідоме споживання, єдиний ринок зеленої продукції та інші. Визначено можливі ймовірні ризики для економічної, екологічної та соціальної сфери функціонування під час швидкого переходу до циркулярної економіки. Запропоновано маркетингові інструменти популяризації та шляхи стимуляції переходу від традиційної економіки до циркулярної моделі, яка спрямована на забезпечення взаємозалежності між економічним зростанням та екологічною стійкістю та є найбільш вдалим способом збереження ресурсів і матеріалів. Наведено приклади світових брендів та країн-виробників, які активно дотримуються принципів циркулярної економіки та вже зараз мають досягнення у цій сфері.

Ключові слова: маркетингові інструменти, циркулярна економіка, декаплінг, рециклінг, соціальний маркетинг, інтернет-маркетинг.

Вступ та постановка проблеми. Загострення екологічних проблем у глобальному масштабі здебільшого зумовлено економічними процесами та традиційною економічною моделлю економіки, яка не є ефективною з позицій екології та не відповідає сучасним вимогам сталого розвитку. Пошук нових інструментів, що здатні забезпечити гармонію між економічним зростанням і екологічною стійкістю задля забезпечення економіко-екологічної безпеки на планеті, є нагальним завданням сучасної цивілізації.

У відповідь на зростаюче споживання та, як наслідок, на накопичення маси відходів, які не піддаються швидкій переробці у природному середовищі та/або чинять шкідливий вплив на навколишнє середовище, у світі виникла концепція циркулярної економіки. Вона являє собою нову модель економіки, яка асоціюється із «зеленою угодою».

«Зелена угода» – найбільша в історії ЄС корекція економічного курсу. Проект передбачає зміни в усіх галузях з прицілом на досягнення глобальної мети – формування в ЄС вуглецево-нейтрального простору через 30 років. Проект також передбачає вирішення кліматичних завдань, скорочення обсягу викидів парникових газів, збільшення частки енергії з відновлюваних джерел та економії енергії.

Україна має долучитися до формування «Європейської зеленої угоди» як повноцінний гравець і стати невід'ємною частиною європейської політики у цій сфері. Для українців це означатиме енергетичну безпеку, чисте довкілля, справедливу економіку та зрештою нижчі платіжки за енергію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення досвіду розвинутих країн загалом та їхніх наукових досліджень є важливим, адже це перевірений шлях економіко-екологічного та соціального розвитку, який теоретично та емпірично доведений як правильний або ж неспроможний справлятися із сучасними економіко-екологічними проблемами.

Вагомі дослідження, присвячені циркулярній економіці, здійснені в частині державного управління, належать зарубіжним ученим: Ендрю Фліну, Лі Ю, Пітеру Фендту, Маріні Ілліч, Магдалені Ніколич, Хобсону Керсті, Лінчу Нічоласа, що зумовлено високим економіко-соціальним розвитком країн походження дослідників та наділенням розвинутих країн негласним «завданням» щодо побудови ефективних векторів розвитку людської цивілізації. Проблеми екологізації діяльності суб'єктів господарської діяльності піднімалися в багатьох працях Є. Крикавського, О. Веклича, Л. Мельник, В. Сахаєва, Н. Машак, О. Балацького.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Враховуючи дослідження у напрямі оцінки сучасного стану наукових праць зарубіжних та вітчизняних вчених, можна зробити висновок, що циркулярна економіка є перспективною моделлю вирішення екологічних проблем, забезпечення економічного добробуту та соціального розвитку. Проте досі не має чітко визначеної позиції держави та суспільства щодо необхідності застосування концепції циркулярної економіки. Суспільство не усвідомлює значимості циркулярної економіки через брак

інформації про переваги економічного, екологічного та соціального характеру. Тому виникає потреба популяризації циркулярної економіки, використовуючи інструменти маркетингу та досвід європейських країн і бізнесу.

Мета роботи. Людство, постійно перебуваючи у стані задоволення потреб, науково-технічного розвитку, пошуку нових технологій, історично досягло значного прогресу, однак це має кардинальний антропогенний вплив на природне середовища, зумовлюючи в загальнопланетарному масштабі зміни, які набули статусу глобальних екологічних проблем. Саме за допомогою маркетингових інструментів потрібно «достукатися» до людей задля переосмислення взаємозв'язку економічної діяльності та екологічної безпеки, а також неспроможність її задоволення традиційними способами і моделями ведення господарської діяльності. У щорічному звіті Всесвітнього економічного форуму про глобальні ризики говориться, що економічний і політичний розкол у світі посиляться в 2020 році, що тільки посилить глобальні екологічні проблеми. Людство зараз найбільше потребує того, щоб світові лідери і найбільші компанії зробили кроки для усунення загроз щодо клімату, екології, охорони здоров'я та технологічних систем.

Тому необхідно всіма дієвими методами популяризувати концепцію циркулярної економіки, визначити та усунути можливі ризики для економічної, екологічної та соціальної сфери функціонування під час швидкого переходу до циркулярної економіки, запропонувати дієві маркетингові інструменти популяризації та шляхи стимуляції переходу до циркулярної економіки.

Результати дослідження. Кількість населення світу росте надзвичайними темпами, тож нині досить гостро постає питання у задоволення попиту на енергію, воду та харчові продукти. В межах поточної економічної моделі лінійного виробництва та споживання лише невелика частина відходів використовується повторно, переробляється або продається як вторинні матеріали. Більшість, включаючи обмежені та цінні ресурси, не має подальшого застосування, вивозиться на звалища або спалюється. У зв'язку з цим почала набувати популярності модель циркулярної економіки – це підхід, заснований на вторинній переробці практично будь-якого товару. Шляхом розроблення та подальшого впровадження інноваційних бізнес-моделей можна буде гарантувати, що технічні та біологічні мате-

ріали продовжать активно «брати участь» у економіці, і цінні запаси та природні ресурси будуть збережені. В її основі – замкнутий цикл використання ресурсів (продуктів) з метою зменшення тиску на навколишнє середовище. Основними складовими компонентами циркулярної економіки є (рис. 1): ресурсоефективне та чисте виробництво (зменшення екологічної завантаженості через зменшення перевитрат сировини, матеріалів та палива); свідоме споживання (сортування, повторне використання (друге життя), основна ставка на якість, розумний шопінг, правильне зберігання); єдиний ринок зеленої продукції (впровадження загальнодержавної стратегії розвитку, зростання інтересу виробників та попиту на екологічно чисту продукцію, також розширення ринків збуту через незаповнені ніші на європейському ринку). Циркулярна економіка – це нетрадиційний рециклінг на новий лад. В ідеалі вона починає діяти задовго до того, як товар приходить в непридатність, потребує переробки або ремонту. Головною ідеєю циркулярної економіки є глобальний екодизайн та правильне використання ресурсів. Тому продукти розробляються таким чином, щоб забезпечити їх зручне повторне використання, розбирання та повне відновлення або переробку з розумінням того, що це є повторним використанням величезних кількостей матеріалу, відновленого з продуктів, які досягли завершення свого життєвого циклу, а не видобутком нових ресурсів, таким чином закладаються основи економічного зростання.

Основною метою циркулярної економіки є популяризація серед населення та бізнесу необхідності використання усіх видів природних ресурсів у набагато ефективніший спосіб, ніж раніше, адже існує гостра потреба у декаплінгу, тобто у переході до інклюзивної та циркулярної економіки. Декаплінг – це здатність економіки зростати без відповідного збільшення використання енергії та ресурсів (межі джерел) та екологічного навантаження (межі поглинання). Економіка без залежностей повинна не завдавати шкідливого впливу родючості ґрунтів та біологічному різноманіттю, не зменшувати запаси ресурсів і не призводити до збільшення токсичності землі, води і повітря. Відносний декаплінг дозволить надати економіці додатковий час, перш ніж виникнуть обмеження ресурсів та/або надмірне забруднення. Коли економіка наближається до межі, висувається вимога абсолютного декаплінгу, щоб забезпечити сталий економічний розвиток [2].

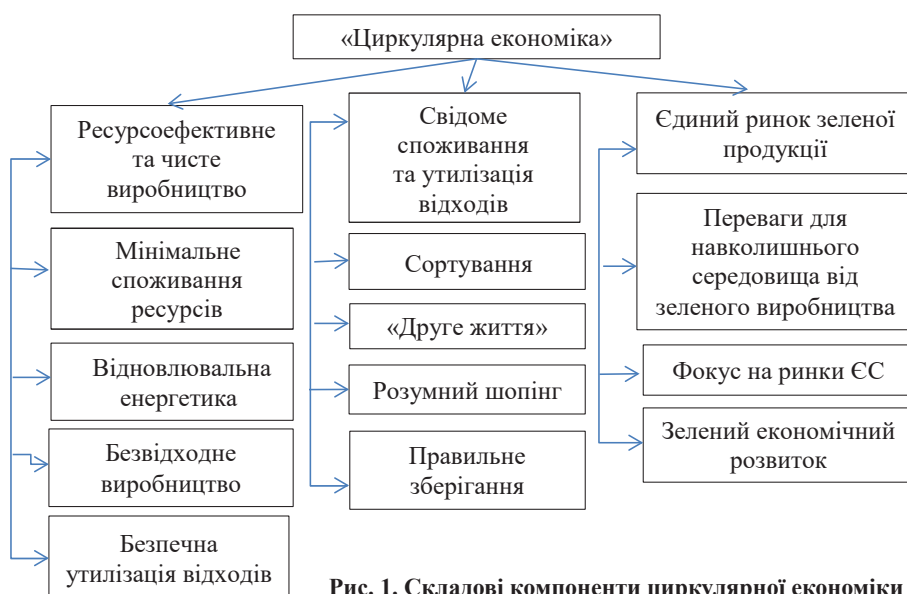


Рис. 1. Складові компоненти циркулярної економіки

Основні цілі, завдання та результати від провадження циркулярної економіки

Цілі	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва; – забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості і екологічної стійкості міст і населених пунктів; – забезпечення раціонального використання природних ресурсів; – зменшення обсягу утворення відходів та мінімізація викидів; – забезпечення населення новими робочими місцями; – забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх; – забезпечення всеохоплюючої та якісної освіти, стимулювання можливості навчання впродовж усього життя; – створення стійкої інфраструктури; – сприяння розвитку ринків вторинної сировини; – сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям; – збереження океанів, морів і морських ресурсів.
Етапи	<ul style="list-style-type: none"> – створення стратегії переходу до системи циркулярного типу; – створення необхідної інфраструктури циркулярної економіки; – мінімізація використання первинних ресурсів; – інвестування в розробку нових технологій рециклінгу; – створення нового сектору переробної промисловості; – захист та відновлення екосистем на державному рівні.
Результати	<ul style="list-style-type: none"> – відповідальне виробництво з мінімальною кількістю відходів та споживання; – нові робочі місця у багатьох галузях економіки; – подолання бідності, гідна робота та економічне зростання; – зміна клімату; – доступна, чиста енергія, вода та санітарія; – здоров'я і благополуччя; – якісна освіта, стійкі міста та комунікації; – високий рівень промисловості, інновації та відповідна інфраструктура.

Європейський Союз активно стимулює національні програми переходу до циркулярної економіки, виділяючи сотні мільйонів євро на рік. Найбільшою перевагою таких програм є не тільки збереження природи, а й забезпечення подальшого економічного зростання без підвищення обсягів споживання та накопичення відходів.

Багато країн із розвинутою економікою та усвідомленістю екологічної катастрофи в майбутньому беруть активну участь у впровадженні принципів циркулярної економіки. У Нідерландах було розпочато програму для просування циркулярної економіки, акцентуючи увагу на вдосконаленні технологічних вимог до циркулярної економіки, усуненні бар'єрів і підвищенні рівня знань та поінформованості щодо відходів та екопланування. Данія має на меті стати першою країною в світі з економікою, яка повністю незалежна від викопного палива, до 2050 р. Стратегія циркулярної економіки в Канаді – «Смарт Процвітання» (2016) – здорова економіка, здорове навколишнє середовище і висока якість життя. Канада працює над тим, щоб стати країною, яка поєднує в собі економічний успіх з екологічно чистим економічним управлінням. Японія є піонером у сфері утилізації. Вона не має фактичної стратегії циркулярної економіки або її бачення. Країна прийняла революційне законодавство про відходи, зосереджуючи свої зусилля на регулюванні поводження з відходами [7].

Від впровадження циркулярної економіки країни отримують нові можливості та ефект, роблячи акцент на використанні відновлюваної енергії та усунення застосування токсичних хімікатів, які можуть завдати шкоди, повторне використання та ліквідація відходів за допомогою передового та інноваційного дизайну матеріалів, виробів та систем.

Також центральну роль в економіці таких країн, які впроваджують циркулярну економіку, відіграє управління відходами. Ієрархія управління відходами встановлює пріоритетний порядок від запобігання, підготовки до повторного використання, переробки та відновлення енергії до видалення як остаточна опція. Цей підхід спрямований

на заохочення тих варіантів, які забезпечують найкращий загальний екологічний результат. Дотримання чи недотримання ієрархії може призвести до високого рівня утилізації ресурсоцінних матеріалів, які будуть повернуті назад в економіку, або неефективної системи, де відходи заховуються на звалищах чи спалюються потенційно шкідливим способом [5].

Проте швидкий перехід до циркулярної економіки може містити ймовірні ризики для економічної, екологічної та соціальної сфери функціонування (табл. 2).

Ймовірні ризики переходу до циркулярної економіки екологічного, економічного та соціального напрямку, незалежно від їх поділу, є взаємопов'язаними та взаємозалежними між собою, тобто ігнорування одного може спричинити коливання іншого або навіть їх сукупності, що спричинить у свою чергу втрати у інших системах. Така ситуація вимагає комплексного системного підходу щодо управління такими ймовірними подіями з метою їх недопущення. Наприклад, зменшення обсягів виробництва призведе до скорочення працівників, що, у свою чергу, зумовить питання скорочення доходів населення. Натомість побудова виробництва та всієї економічної системи, що відповідала б положенням циркулярної економіки, здебільшого відбуватиметься в межах міст, що може призвести до нераціональної урбанізації, яка тягне за собою ризики екологічного середовища в частині санітарії та охорони здоров'я. Тому в умовах відсутності ефективного управління ризиками трансформаційних процесів економічної системи, як зазначено вище, ситуація призведе до летальних наслідків, що вкотре підтверджує необхідність державного управління в частині забезпечення впровадження положень циркулярної економіки [1]. Сприятливі добути до природи та обізнаності мають населення, асоціації, профільні громадські об'єднання, уряд, соціально відповідальний бізнес (рис. 2).

Циркулярна економіка вимагає, щоб у створенні нового товару або послуги брали участь всі учасники економічного ланцюжка. Бізнесу потрібно переглянути сис-

Ризики та можливі наслідки переходу до циркулярної економіки [6]

Ймовірні ризики переходу до циркулярної економіки		Можливі наслідки
Економічне середовище	<ul style="list-style-type: none"> – зменшення обсягів та зниження ефективності виробництва; – підвищення собівартості продукції; – збільшення рівня цін на товари, роботи, послуги; – розрив технологічних ланцюгів та матеріальних потоків; 	«Повна тінізація» економіки
Екологічне середовище	<ul style="list-style-type: none"> – збільшення обсягів незаконного видобування первинних природних ресурсів; – збільшення обсягів відходів та підвищення рівня викидів забруднюючих речовин; – пришвидшення темпів розвитку ірраціонального використання первинних та вторинних ресурсів; – підвищення рівня захворюваності серед населення тощо. 	Колапс екологічної системи
Соціальне середовище	<ul style="list-style-type: none"> – зменшення реальних доходів населення; – нераціональна урбанізація; – збільшення рівня безробіття; – підвищення класової нерівності; – ескалація злочинності; – поширення корупції. 	Продовольча криза

тему поставок і почати сприймати її не як набір окремих організацій, а як взаємопов'язану мережу компаній, що рухаються в одному напрямі. Один із способів реалізації такого підходу – використання принципу соціальних мереж, це дозволить підприємствам взаємодіяти з постачальниками і клієнтами на єдиній хмарній платформі і «говорити однією мовою».

В Україні формування політики циркулярної економіки та її реалізація повинна відбуватися на трьох рівнях:

- національному – розроблення програми переходу України на модель циркулярної економіки;
- регіональному – на рівні міст і регіонів (реалізація політики й запровадження інструментів контролю щодо споживання ресурсів, зниження енергоємності, скидання забруднюючих речовин та утилізації відходів тощо);

– локальному – який охоплює підприємства в сфері великого споживання ресурсів, високоенергетичних галузей і підприємств з утилізації відходів (зокрема встановлення чітких обов'язків виробників продукції).

Необхідність популяризації циркулярної економіки на державному та регіональному рівнях вимагає застосування сучасних інструментів маркетингу. Володіючи знаннями та застосовуючи концепцію циркулярної економіки система, держава, бізнес та суспільство отримують сукупний ефект, який включатиме: економію ресурсів та матеріалів, зростання економіки та доходів, стимулювання інновацій, можливість задоволення потреб постійно зростаючого населення Землі (рис. 3).

Одним із інструментів маркетингу, який допомагає популяризувати ідеї циркулярної економіки, є соціальний

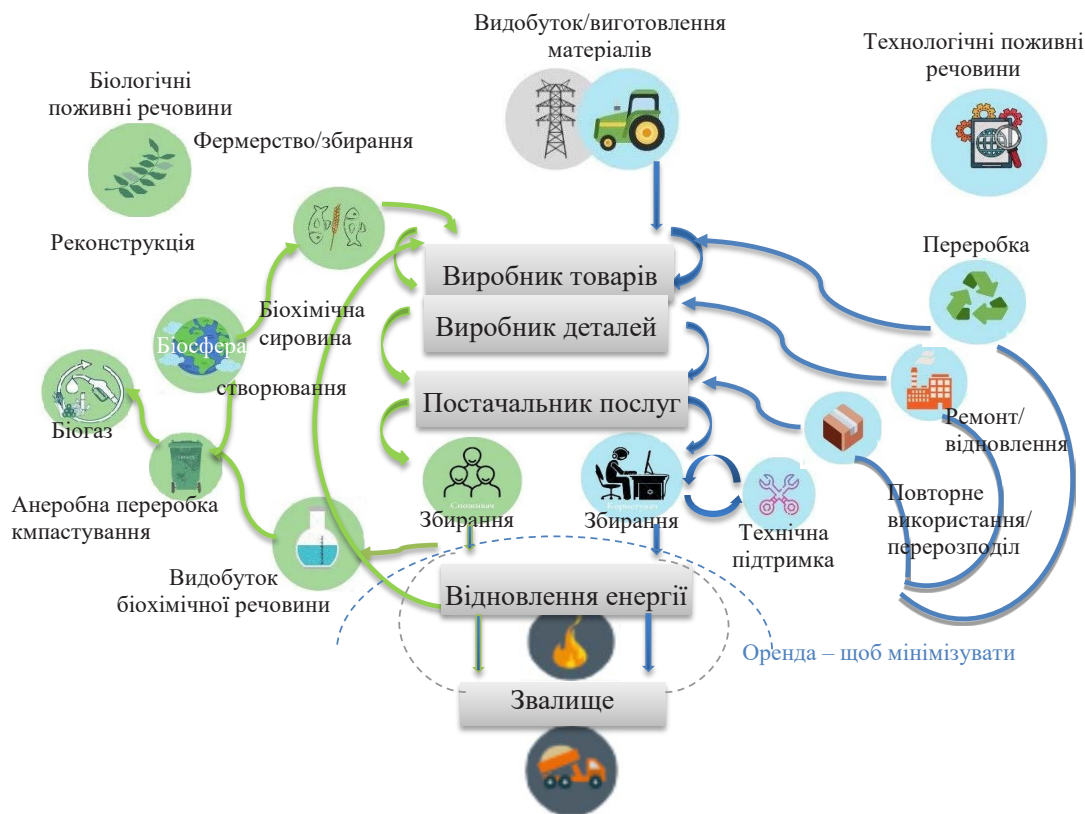


Рис. 2. Циркулярна економіка як індустріальна система [3]

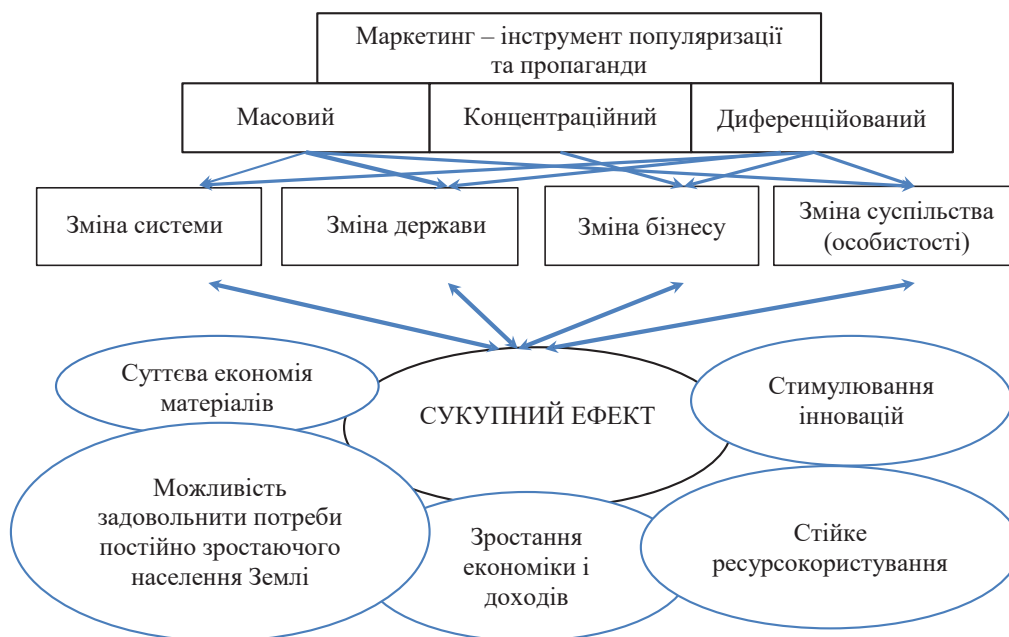


Рис. 3. Сукупний ефект від популяризації циркулярної економіки

маркетинг. Метою його можна вважати реалізацію суспільного прагнення до поліпшення якості життя. Ця мета вимагає довгострокового планування, яке переходить з одиночного споживача на групи, спільноти і суспільство загалом. Він демонструє привабливість своєї пропозиції на ринку і може «продати» товар, навіть якщо це абстрактна ідея, модель поведінки або партія. Соціальний маркетинг дає зрозуміти необхідність переходу до циркулярної економіки, змінити уявлення про класичну лінійну модель економіки, яка існує сьогодні у більшості країн світу.

Застосування інструментів інтернет-маркетингу дозволяє охопити велику аудиторію, особливо молодь, яка сьогодні без Facebook, Instagram, YouTube тощо практично не уявляє свого функціонування та розглядає ці платформи як основне джерело інформації. Блогери та інфлюенсери заповнили ці соціальні мережі. Інфлюенсери – це так звані «лідери думок», особи, які здатні впливати на рішення інших осіб завдяки своєму авторитету, знанням, досвіду або умінню вибудовувати стосунки з аудиторією. Порівняно з селебріті, за якими теж спостерігають, інфлюенсери викликають набагато більше довіри, оскільки вони звичайні люди. І це приваблює спеціалістів сфери маркетингу відомих компаній, брендів, які прагнуть використовувати популярність і довіру передплатників (глядачів) інфлюенсерів для просування, реклами товарів і послуг. Популяризація свідомого споживання, ефективного використання ресурсів, збереження довкілля досить активно відбувається на світовій арені. Відомі політики, дизайнери, актори та компанії, бренди яких відомі всьому світу, закликають, переконують та мотивують свою цільову аудиторію до збереження довкілля, зміни клімату через застосування концепції циркулярної економіки. Реалізація концепції циркулярної економіки змінить методи ведення бізнесу і, відповідно, змінить характер отримання компаніями прибутку. Замість одноразового отримання грошей під час продажу автомобіля, наприклад, компанія буде отримувати постійний дохід у вигляді внесків за оренду. Завдяки створенню виробничих моделей, які зменшують залежність від сировини шляхом безперервного повернення матеріалів усіх типів назад в

виробничий цикл, компанії отримають бізнес-переваги і захистять себе від нестабільності товарних ринків. Також зміниться свідомість покупця, який буде оцінювати негативний вплив на довкілля від надмірного споживання товарів та послуг та накопичення відходів, за утилізацію яких необхідно буде платити.

Не менш важливий вплив на думку суспільства має один із елементів маркетингових комунікацій – public relations (PR), або зв'язки з громадськістю, за допомогою якого здійснюється вплив на громадську думку, а також встановлення міцних відносин з безліччю різноманітних аудиторій: населення, споживачі і клієнти, органи влади, інвестори та акціонери, громадські організації, постачальники, персонал, партнери та конкуренти. Маркетологи можуть використовувати PR для того, щоб довести до широких кіл громадськості ідею про те, що основним завданням циркулярної економіки є намір діяти в інтересах громадськості.

Також важливу роль у просуванні циркулярної економіки відіграє екологічна реклама – вид некомерційної реклами для впровадження екологічної політики держави та вирішення важливих загальнозначущих регіональних та глобальних екологічних проблем. Вона систематично привертає увагу широкої аудиторії до проблем екології. У ній ставиться акцент на важливі проекти, для реалізації яких необхідна участь усього населення або потужний внесок усіх небайдужих. Ця реклама створює основу для екологічного виховання населення.

Наприклад, щоб привернути увагу до циркулярної економіки, у 2017 році у Швеції на протидію «Чорній п'ятниці» був започаткований рух «Білий понеділок». У цей день активісти закликають всіх не купувати нічого в день розпродажів, а, навпаки, давати життя речам повторно.

Стартапи і великі компанії вже експериментують з концепцією нових бізнес-моделей, які в майбутньому допоможуть отримати економічні вигоди і визнання від свідомих споживачів. Наприклад, Dell однією з перших вирішила внести циркулярний процес у виробництво, і наприкінці 2015 року компанія заявила, що розширить

замкнутий цикл переробки пластику і поставить вуглецеві фільтри на низку продуктів. Кожен магазин компанії Levi's приймає старий одяг і взуття будь-якого бренду, які компанія потім переробляє. А зібрані речі перетворюються в ізоляційний матеріал для будівель і нові волокна для одягу. Timberland і виробник/дистриб'ютор шин Omni United об'єдналися для того, щоб випускати лінію шин, які можуть бути перетворені в підшву для взуття до кінця терміну їх служби [4].

Циркулярна економіка дає змогу компаніям менше думати про закупівлі сировини, якої з кожним роком стає і так все менше, оскільки через певний період використання його знову можна запустити у виробничий процес. На сміттєвих звалищах і в забруднених водах зберігається незліченна кількість матеріалу, в який можна вдихнути нове життя і повернути на ринок.

Якщо говорити ж про ринок вторинної сировини в Україні, то можна сказати, що більш ніж на 50% він перебуває в тіні. Крім цього, ринок переробки твердих побутових відходів та вторинних ресурсів в Україні перебуває на початковій стадії розвитку. Поки що поводження із сміт-

тям включає переважно лише утилізацію, спалювання та видалення у спеціально відведені місця.

Висновки. На відміну від традиційної економіки, циркулярна модель є найбільш вдалим способом збереження ресурсів і матеріалів, а відтак – шляхом до постійного економічного росту.

Принципи циркулярної економіки базуються не на управлінні матеріальними потоками або відходами, а на багатому цінніших методах, таких як технічне обслуговування, переробка та повторне використання.

Основною ціллю маркетингу у сфері циркулярної економіки є заклик суспільства до раціонального використання природних ресурсів, інформуванні суспільства про переваги циркулярної економіки та можливість забезпечити економічне зростання і підвищення добробуту без надмірного споживання природних ресурсів.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що необхідно відв'язати економічний розвиток від зростаючого використання ресурсів, оскільки це є сьогодні основним надзавданням, яке стоїть перед суспільством, та умовою його виживання в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Сергієнко Л.В. Впровадження циркулярної економіки в Україні: державно-управлінський аспект : дис. ... канд. наук з держ. управл. : 25.00.02. Житомир, 2017. 265 с. URL: http://195.69.76.76/bitstream/handle/123456789/15456/diser_sergien.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 25.04.2020).
2. Звіт про дослідження "Циркулярна економіка та переваги для суспільства". URL: <http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR-UA-2.pdf> (дата звернення: 26.04.2020).
3. From linear to circular – Accelerating a proven concept. URL: <https://reports.weforum.org/toward-the-circular-economy-accelerating-the-scale-up-across-global-supply-chains/from-linear-to-circular-accelerating-a-proven-concept/> (дата звернення: 26.04.2020).
4. Чудеса циркулярної економіки: взуття з використаних пляшок і шин URL: <https://bakertilly.ua/ru/news/id43474> (дата звернення: 27.04.2020).
5. Концепція циркулярної економіки як механізм забезпечення структурних трансформацій України у сфері поводження з відходами URL: <http://ecos.kiev.ua/news/view/749> (дата звернення: 27.04.2020).
6. Л.В. Сергієнко. Держава як інститут забезпечення реалізації положень циркулярної економіки. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2017/25.pdf (дата звернення: 27.04.2020).
7. І. Зварич. Глобальна циркулярна економіка як засіб побудови нового екологічно стійкого суспільства. URL: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/22489/1/%D0%97%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%87%20%D0%86.pdf> (дата звернення: 27.04.2020).

References:

1. Serhienko L.V. (2017) Vprovadzhennia tsyrkuliarnoi ekonomiky v Ukraini: derzhavno-upravlinskyi aspekt [The introduction of the circular economy in Ukraine: the state-management aspect] (PhD Thesis), Zhytomyr. URL: http://195.69.76.76/bitstream/handle/123456789/15456/diser_sergien.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed 25 April 2020).
2. Zvit pro doslidzhennya "Tsyrukulyarna ekonomika ta perevagu dlya suspil'stva" [Research report "Circular economy and benefits for society"]. URL: <http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR-UA-2.pdf> (accessed 26 April 2020).
3. Fond Ellen Makartur "Vid liniynoho do kruhovoho – pryskorennia perevirenoyi kontseptsii" [Ellen MacArthur Foundation "From linear to circular – Accelerating a proven concept"]. URL: <https://reports.weforum.org/toward-the-circular-economy-accelerating-the-scale-up-across-global-supply-chains/from-linear-to-circular-accelerating-a-proven-concept/> (accessed 26 April 2020).
4. Chudesa tsyrkuliarnoi ekonomiky: vzuttya, vyhotovlene iz vykorystanykh plyashok ta shyn [The wonders of the circular economy: shoes made from used bottles and tires]. URL: <https://bakertilly.ua/ru/news/id43474> (accessed 27 April 2020).
5. Kontseptsia tsyrkulyarnoyi ekonomiky yak mekhanizmu zabezpechennya strukturykh peretvoren' u haluzi povodzhennya z vidkhodamy [The concept of circular economy as a mechanism for providing structural transformations in the field of waste management]. URL: <http://ecos.kiev.ua/news/view/749> (accessed 27 April 2020).
6. L.V. Serhienko. Derzhava yak instytut zabezpechennya realizatsiyi polozhen' tsyrkulyarnoyi ekonomiky [L. Serhienko. The state as an institution ensuring the implementation of the circular economy]. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2017/25.pdf (accessed 27 April 2020).
7. I. Zvarych. Hlobal'na tsyrkulyarna ekonomika yak zasib pobudovy novoho ekolohichno stiykoho suspil'stva [I. Zvarych. Global circular economy as way of building a new sustainable ecological society Introduction]. URL: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/22489/1/%D0%97%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%87%20%D0%86.pdf> (accessed 27 April 2020).

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассмотрены сущность и содержание концепции циркулярной экономики и показаны основные цели и преимущества ее применения. Описаны основные компоненты круговой экономики, такие как экономически эффективное и чистое производство, сознательное потребление, единый рынок зеленой продукции и другие. Определены возможные вероятные риски для экономической, экологической и социальной сферы функционирования при быстром переходе к круговой экономике. Маркетинговые инструменты продвижения и пути стимулирования перехода от традиционной экономики к круговой модели, которая имеет целью обеспечить взаимозависимость между экономическим ростом и экологической устойчивостью, и является наиболее успешным способом экономии ресурсов и материалов. Приведены примеры мировых брендов и стран-производителей, которые активно придерживаются принципов круговой экономики и уже имеют достижения в этой области.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты, циркулярная экономика, декарбонизация, рециклинг, социальный маркетинг, интернет-маркетинг.

MARKETING TOOLS OF POPULARIZATION OF CIRCULAR ECONOMY

Summary. Nowadays humankind comes across the question of survival on the planet Earth. It's vital activity wears out and pollute planet, intensive anthropogenic effect on environment happens, which leads to irreversible climate change. So that, there is a need to stand off from traditional ways of running the business and use the new one. Circular economy is the brand new conception, which allows to move from linear model of the economy to modern and innovative that based on creating new business ideas and making new market niches. Ukraine has all needed material and human resources, which allows it to get advanced positions within European countries. To achieve it country, business and society need to consolidate efforts and knowledge around popularization of the circular economy, estimate efficiency and benefits from conception of the circular economy usage. It is stated that circular economy is qualitatively new level, which demands huge investment, technological innovations, behavior templates change either on business or society (personality), so that it is a need for the country to accept necessary package of bills and special package of state's stimulation. Considered the necessity of popularization of the circular economy on state and regional levels, using modern tools of marketing. One of the tools, which helps to popularize circular economy ideas, is social marketing, Internet marketing, is also important affect on the society opinion has one of the elements of marketing communications – public relations (PR), or relations with public. Important role on promotion of circular economy has ecological advertising (non-commercial advertising), which continuously attracts attention of wide audience to ecological problems. Given the examples of successful samples of usage the main ideas circular economy by leading European countries, worldwide known companies and brands. Shown that move to circular economy and it's realization must be held on three levels: national, regional and local, and means that changes firstly must be done on human level, only after that on business level.

Key words: marketing tools, circular economy, decoupling, recycling, social marketing, internet marketing.