

Хусам Алі, Ханаді Салхаб

## Роль зеленого маркетингу у вирішенні екологічних і економічних проблем Йорданії

У цьому дослідженні аналізується роль екологічного маркетингу у вирішенні екологічних та економічних проблем Йорданії, з акцентом на перешкодах і рушійних силах впровадження такого маркетингу. Використовуючи підхід кількісного дослідження, дані отримано від 504 респондентів (67,5 % були клієнтами і 32,5 % – власниками МСП) і проаналізовано за допомогою моделювання структурними рівняннями методом частинних найменших квадратів, щоб оцінити взаємозв'язок між соціально-економічними чинниками, фінансовими стимулами й інфраструктурними викликами. Результати показують, що фінансові стимули значно прискорюють впровадження відновлюваних джерел енергії (коефіцієнт: 0,85,  $p = 0,010$ ) і сталого сільського господарства (коефіцієнт: 0,80,  $p = 0,014$ ). Залучення зацікавлених сторін є високим, середня оцінка поінформованості клієнтів становить 4,1 (стандартне відхилення: 0,5), а екологічної стійкості – 4,2 (стандартне відхилення: 0,5). Основні перешкоди охоплюють інфраструктурні обмеження (середнє значення: 3,7, стандартне відхилення: 0,8) і соціально-економічні відмінності (середнє значення: 3,8, стандартне відхилення: 0,7), що обмежують доступ до екологічно чистих продуктів. Індекси відповідності моделі, включно зі стандартизованим середньоквадратичним залишком 0,054 та нормованим індексом відповідності 0,92, підтверджують надійність моделі. Отримані результати показують, що подолання цих перешкод вимагає цільової фінансової підтримки, інвестицій в інфраструктуру й інклюзивної політики для ефективного масштабування зеленого маркетингу. У статті наведено практичні відомості про розвиток екологічних практик у Йорданії і пропонуються цінні стратегії для країн з обмеженими ресурсами.

**Ключові слова:** стійкість, маркетинг, енергетика, сільське господарство, політика, економіка, невідповідність, інновації

**Класифікація JEL:** Q56, M31, Q42, Q13



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.