

ФОРМУВАННЯ КЛАСИФІКАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ТОВАРІВ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

На сучасному етапі розвитку економіки відбувається динамічне зростання екологічного ринку. Важливою передумовою розвитку екологічного ринку та просування екологічної продукції є функціонування налагодженої системи екологічного маркетингу. Як відомо, екологічний маркетинг спрямований на створення і стимулювання попиту на екологічні товари, економічно ефективні і екологічно безпечні у виробництві і споживанні. Розвиток концепції екологічного маркетингу вимагає більш детального аналізу класифікаційних підходів до категорії «екологічні товари», які пропонується розглядати в якості «товарів екологічного призначення». Ця група товарів включає ті вироби і послуги, виробництво і споживання яких сприяє зменшенню інтегрального екологічного впливу в розрахунку на одиницю суспільного продукту.

Отже, за призначенням товари екологічного призначення можна розподілити на: споживчі товари, призначені для індивідуальних користувачів (наприклад, фільтри для питної води, лічильники, медичні препарати, екологічно чиста їжа), товари промислового призначення (очисні споруди, енергозберігаюче обладнання) та оргтехнічні засоби (комп'ютери, телефони, телефакси, модеми тощо).

За терміном експлуатації товари екологічного призначення можна розподілити на: товари короткострокового користування (екологічно чиста їжа, екологічно чисті мийні засоби, гіпоалергенна косметика) та товари довгострокового користування (електромобілі, комп'ютерні програми, енергозберігаючі пральні машини тощо).

За споживчим попитом товари екологічного призначення можна розподілити на: товари щоденного вжитку (екологічно чиста їжа); товари попереднього вибору (екологічно чисті дверні та віконні блоки); товари особливого попиту (рідкі види тварин, рослин); товари пасивного попиту (екологічне страхування).

За промисловим складом товари екологічного призначення можна розділити на: обладнання (енергозберігаючі верстати); вузли та агрегати (екологічно ефективні елементи технологічних систем); екологічно чисті сировини й матеріали; виробничі послуги (послуги з монтажу екологічно ефективного обладнання); інтелектуальні товари (екологічно орієнтовані методики проведення технологічних операцій).

Пропонуємо класифікувати товари екологічного призначення за зміною екодеструктивного впливу на різних стадіях ЖЦ продукції на монофункціональні (наприклад, очисні споруди, що запобігають забрудненню довкілля на стадії експлуатації), та поліфункціональні (наприклад, енергозберігаюче обладнання, що дає можливість зменшити руйнування ландшафтів на стадії виробництва ресурсів, зменшити забруднення навколишнього середовища та необхідність у засобах праці на стадії виробництва продукції та зекономити певну кількість енергії на стадії експлуатації обладнання).

Пропонуємо також класифікувати товари екологічного призначення за їх ринковим функціональним призначенням на системоутворювальні, тобто ті, що формують «зелений» ринок та створюють попит на екологічну продукцію (екологічний менеджмент, екологічний аудит, екологічна експертиза); технологічні, тобто ті, що позитивно впливають на довкілля за допомогою розробок та впровадження екологічних технологій (екоінженіринг; екологічні технології; екологічна модернізація; переробка, поховання і ліквідація токсичних відходів; очищення стічних вод; очисні споруди); фінансові, тобто ті, що забезпечують «зелений» ринок фінансовими та матеріальними ресурсами (екологічне кредитування, екологічне страхування, екологічний лізинг); споживчі, тобто ті, що забезпечують екологічні потреби людей, підтримують стан біоти (екологічно чисті продукти харчування, екологічно чисті меблі, медицина, життєохоронні системи, ветеринарні послуги); заощаджувальні, тобто ті, що дають можливість заощаджувати енергію, ресурси тощо (енерго-, ресурсозберігаючі, рециклінгові технології); комунікативні (посередницькі), тобто ті, що забезпечують взаємодію між різними секторами екологічного ринку (торгівля екологічними технологіями, продуктами харчування, відходами; транспортування відходів); просувальницькі, тобто ті, що допомагають просувати «зелену» продукцію на ринку (екологічний маркетинг, екологічне маркування, екологічна сертифікація); відтворювальні, тобто ті, що забезпечують відтворення природних ресурсів, необхідних для ведення господарської діяльності (екотуризм, лісорозведення, рекультивация), та інформаційні, тобто ті, що здійснюють інформаційне наповнення «зеленого» ринку, впливають на відтворення екологічного попиту (екологічна освіта, підвищення кваліфікації).

Ринок екологічних товарів в Україні знаходиться у стадії становлення і вимагає постійної державної підтримки. Розширення класифікаційних підходів до даної групи товарів створює передумови для вдалого застосування складових комплексу маркетингового стимулювання, що сприятиме орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічних потреб та знаходження певного компромісу між економічним розвитком та збереженням навколишнього природного середовища.