

СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ВИРОБНИЧІ ЕКОЛОГІЧНІ ПОСЛУГИ

Линник Ю.М.

Сумський державний університет, м. Суми

На сьогодні проблема охорони навколишнього середовища і поліпшення стану здоров'я людей потребує першочергового розв'язання. У розвинених країнах все більше людей готові сплачувати додаткову ціну за екологічно безпечну продукцію. Але, нажаль, в Україні попит на екологічні товари (роботи та послуги) значно нижчий і визначає відповідну пропозицію.

Вирішення вищезазначених проблем тісно пов'язане з формуванням ринку екологічних товарів і виражається у формуванні споживчих переваг і мотивацій придбання екологічно безпечної продукції.

Виробники (організації, які мають ліцензію на надання екологічних послуг) пропонують на ринку виробничі екологічні послуги, споживачами яких є підприємства (суб'єкти господарської діяльності). Організації користуються екологічними послугами і, як результат, пропонують екологічні товари споживачам. Населення бажає отримати якісні товари і виступає стимулюючим фактором для господарюючих суб'єктів, "змушуючи" їх споживати екологічні послуги. Отже, у даному випадку кінцевим споживачем виступає населення, але основним безпосереднім покупцем виробничих екологічних послуг є господарюючі суб'єкти.

Таким чином, стимулювання екологічного попиту необхідно проводити як на рівні підприємств-споживачів так і на рівні населення, починаючи з формування екологічної свідомості у населення та підвищення його добробуту (адже попит повинен бути платоспроможним, та нажаль більшість населення не має на це коштів).

Щоб підвищити екологічний попит необхідно підвищити рівень екологічної свідомості. Отже, актуальної значимості набуває проблема екологічного виховання й освіти, що є досить важливою складовою екологізації суспільства.

Для інформування споживачів про екологічні характеристики продукції на ринку використовується екологічне маркірування. Для цього існують символи екологічного маркірування, прийняті на міжнародному рівні.

Стимулювати попит на екологічну продукцію на початковому етапі формування ринку екологічних товарів та послуг необхідно, на наш погляд, шляхом державного регулювання.

Основним стимулом у такому випадку виступає відповідність національному законодавству. Згідно вітчизняного законодавства, жодне підприємство не має права здійснювати викиди забруднюючих речовин без відповідного на це дозволу, не зважаючи на кількість викидів (будь то зварювальний апарат або цех „Суміхіпром”). Дотримання вимог екологічного законодавства повинно стати загальнообов'язковим та свідомим.

Мотивація керівників промислових підприємств є однією з найбільш складних проблем формування і розвитку ринку екологічних товарів. Вітчизняні виробники не бажають витратити кошти на екопослуги: 95 з 100 замовників вимушені звертатися за екологічними послугами після інспекторських перевірок. І лише 5 зі 100 керівників усвідомлюють, які переваги вони будуть мати у майбутньому.

До основних переваг, що отримує підприємство після своєчасного використання виробничих екологічних послуг слід віднести: підвищення конкурентоспроможності продукції, зниження експлуатаційних та виробничих витрат (економія ресурсів), зниження кількості відходів, зелений імідж, розв'язання протиріч з державними інспекціями, визнання фірми на національному та міжнародному ринку, причетність до вирішення екологічних проблем регіону, відповідність статусу підприємства міжнародним стандартам, підвищення прибутків.

В Україні вже робляться перші кроки щодо широкого впровадження в життя екологічних послуг. В ході подальших досліджень необхідно звернути увагу на стимулювання екологічного попиту, як на рівні підприємств-споживачів виробничих екологічних послуг так і на рівні населення, яке, в результаті, змушене сплачувати їх вартість. Саме тут вирішальну роль відіграє державне втручання, яке за рахунок підтримки (державних дотацій) та регулювання (контролю за дотриманням законодавчих вимог), має сприяти становленню та розвитку ринку екологічних товарів (робіт та послуг) і стимулюванню екологічного попиту. Першочерговим завданням для держави є узгодження інтересів суб'єктів ринку екологічних товарів та послуг.