

УДК 504.062+339.13

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-14>

Нагієва Айсель

аспірант

Національного авіаційного університету

Naghiyeva Aysel

National Aviation University

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ

FORMATION OF THE MARKET OF ECOLOGICAL SERVICES: ESSENCE, FEATURES, TOOLS

У статті визначено, що ринок екологічних послуг – це механізм, що дає змогу узгодити інтереси виробників і споживачів, підприємців і суспільства, окремих держав із позиції використання суспільних благ і ресурсів, споживаних спільно. Екологічна цінність товарів (послуг) полягає в тому, що вони мають здатність зберігати якість довкілля та умови життєдіяльності людини на всіх стадіях свого життєвого циклу. Перевищення соціальної вигоди виробництва подібних благ над приватною вигодою виступає формою реалізації позитивних екстерналій. Систематизовано необхідні умови формування ринку екологічних товарів і послуг, а саме: становлення суспільного укладу, що забезпечує перехід від стандартизованого виробництва до індивідуалізованого та достатні умови розвитку відповідного ринку: екологічні інновації, розвиток екологічних потреб і екологічної культури, підвищення суспільного й індивідуального добробуту, формування інститутів, що стимулюють виробництво і споживання екологічної цінності.

Ключові слова: екологічний маркетинг, екологічний менеджмент, екологічні послуги, еколого-орієнтований бізнес, сталий розвиток суспільства.

В статье определено, что рынок экологических услуг – это механизм, позволяющий согласовать интересы производителей и потребителей, предпринимателей и общества, отдельных государств с позиции использования общественных благ и ресурсов, потребляемых совместно. Экологическая ценность товаров (услуг) заключается в том, что они обладают способностью сохранять качество окружающей среды и условия жизнедеятельности человека на всех стадиях своего жизненного цикла. Превышение социальной выгоды производства подобных благ над частной выгодой выступает формой реализации положительных экстерналий. Систематизированы необходимые условия формирования рынка экологических товаров и услуг, а именно: становление общественного уклада, что обеспечивает переход от стандартизированного производства к индивидуализированному и достаточные условия развития соответствующего рынка: экологические инновации, развитие экологических потребностей и экологической культуры, повышение общественного и индивидуального благосостояния, формирование институтов, стимулирующих производство и потребление экологической ценности.

Ключевые слова: экологический маркетинг, экологический менеджмент, экологические услуги, эколого-ориентированный бизнес, устойчивое развитие общества.

The article clarifies the concept of the economic category "service", its characteristic features, shows the increasing role and place of the service sector in the socio-economic structure of the national economy, highlights the distinctive features of its formation and development; the classification of services of an environmental nature was carried out on the basis of the following signs: in relation to public consumption funds; by the form of presentation; in relation to the activities of the enterprise; in terms of social significance and guarantee by the state. This classification is intended to justify the place of ecological services in the service sector and adapt the existing classifications to the characteristics of environmental services, the term "ecological market" has been clarified, which defines the organizational and economic mechanism that ensures the coordination of the interests of consumers, producers, business structures and society from the standpoint of optimizing use public resources and goods of general consumption without causing tangible damage to the environment. It has been proven that market entities operate in accordance with the principles of balance, scientific nature, feedback, integrity, adaptability, permanence, innovation, transparency, prevention, priority, social responsibility; high transaction costs of property rights protection, information retrieval and quality measurement determine the ownership of environmental goods and services to the number of experienced or confidential. The necessary (the formation of a post-industrial order, ensuring the transition from standardized to individualized production; violation of the ecological and economic balance as a result of the excess of the volume of anthropogenic impact on nature over the volume of the assimilation potential of the biosphere) and sufficient conditions for the formation of a market for ecological goods and services (formation of ecological entrepreneurship, innovation, development of environmental needs and environmental culture, increasing social and individual welfare, the formation of institutions that stimulate the production and consumption of environmental value).

Key words: ecological marketing, ecological management, ecological services, ecologically-oriented business, sustainable development of society

Постановка проблеми. Структурна трансформація українського суспільства наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть проходить в умовах загострення глобальних проблем людства, серед яких особливе місце займає екологічна проблема, що зумовила необхідність розроблення механізмів сталого розвитку на локальному, національному та наддержавному рівнях. Усвідомлення катастрофічних наслідків порушення рівноваги природного і природно-антропогенного типів під впливом перманентного зовнішнього впливу людини стало передумовою формування ринку екологічних товарів і послуг, що, в свою чергу, викликало розвиток екологічного бізнесу, застосування впровадження принципів раціонального природокористування в усі сфери економічної діяльності, становлення попиту на продукцію екологічно відповідальних виконавців. Ринку екологічних товарів і послуг виступає складовою частиною ринкового простору й одночасно є інструментом реалізації концепції сталого розвитку, спрямованої на забезпечення поступальної динаміки відповідно до принципу збалансованості економічної, екологічної та соціальної сфер життєдіяльності [1, с. 95].

В Україні сегмент органічних продуктів знаходиться на стадії формування, що зумовлює домінування в цьому секторі імпортованих товарів. Розвитку виробництва екологічно чистої продукції сільськогосподарства та проведення дієвих заходів у сфері природокористування перешкоджає відсутність ефективного інституційного середовища. Низькою ефектив-

ністю характеризуються механізми біологічної класифікації сприятливих територій і соціально відповідальних підприємств, інструменти економічного стимулювання виробництва екологічно безпечних товарів, робіт і послуг. Визнання значних обсягів потенційного попиту на екологічно чисті продукти не сприяє активізації досліджень фактів споживчої поведінки у цьому сегменті ринку, що перешкоджає його розвитку й обмежує можливості екологічного маркетингу. Недосконаліми залишаються методи визначення економічної цінності екологічних товарів і послуг, що перешкоджає розробленню дієвих інструментів регулювання цього сегменту ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринку екологічних товарів і послуг знаходиться на стадії формування. У зв'язку з цим, незважаючи на наявність значного обсягу досліджень проблем еколого-економічного розвитку, ключові закони і закономірності його функціонування не знайшли належного відображення в економічній літературі, що істотно обмежує можливості використання його потенціалу під час формування практичних рекомендацій, спрямованих на його розвиток, на застосування інструментарію екологічного менеджменту і маркетингу, на екологізацію бізнес-відносин. Теоретичні та практичні аспекти особливостей та маркетингових інструментів формування і розвитку екологічного бізнесу та ринку екологічних послуг знайшли відображення в роботах таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: Н.О. Іксарова, Т.В. Князева,

Т.В. Пімоненко, Л.О. Плахотнікова, С.Ф. Смерічевський, О.В. Чайкін, П. Кюмар [P. Kumar] та інші.

Мета статті: виявити сутність ринку екологічних товарів і послуг, розкрити його структуру і функції, сформулювати необхідні і достатні умови формування ринку екологічних товарів і послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок екологічних товарів і послуг можна визначити як сегмент ринку кінцевих благ і одночасно як сегмент екологічного ринку, об'єктами якого виступають фактори виробництва, сертифіковані відповідно до екологічних норм, і екологічні товари особистого споживання [3, с. 365].

Ринок екологічних послуг є одним із найважливіших секторів сфери послуг. У сучасних умовах ринок екологічно чистої продукції, що розвивається прискореними темпами й охоплює практично всі сфери виробництва та послуг, є одним із головних напрямів і нових можливостей для розвитку бізнесу. Найбільш прийнятним є трактування сутності ринку екологічних послуг як організаційно-економічного механізму забезпечення процесу узгодження інтересів між споживачами і виробниками, між суспільством і бізнесом, а також окремих держав у питаннях використання соціальних благ і ресурсів спільного споживання. При цьому стабільність і ефективність функціонування екологічного ринку тісно пов'язані з формуванням попиту, пропозиції та ціни на продукцію природоохоронного значення. Остання являє собою продукцію, послуги і роботи виробничого і невиробничого характеру, виробництво (надання, виконання) та використання яких сприяє відтворення природних ресурсів і охорони навколишнього середовища. У сучасних умовах поки немає остаточно сформованої міжнародної класифікації і чіткої статистики розвитку екологічного ринку, але, використовуючи досвід країн з розвиненим ринком екопослуг, можна виділити основні види послуг екологічного спрямування, що найбільш часто надаються (рис. 1).

Належність товарів (послуг) до числа екологічних передбачає наявність екологічної цінності у складі структури їхньої цінності поряд з економічною і соціальною або за відсутності останніх. При цьому вони належать до числа економічних благ, що володіють альтернативною вартістю.

Природні блага (рекреаційні послуги ліси та ін.) до складу екологічних товарів і послуг не входять. Екологічна цінність товарів (послуг) полягає в тому, що вони мають здатність зберегти якість довкілля та умови життєдіяльності

людини на всіх стадіях свого життєвого циклу. Перевищення соціальної вигоди виробництва подібних благ над приватною вигодою виступає формою реалізації позитивних екстерналій. Екологічні послуги мають атрибутивними властивостями послуг і водночас володіють специфічною ознакою – вони забезпечують попередження або зниження шкоди природно-антропогенної зовнішньому середовищі.

Екологічна цінність товарів (послуг) проявляється в тому, що вони мають здатність задовольняти потреби всіх рівнів (відповідно до діаграми ієрархії людських потреб за А. Маслоу), а саме [2, с. 125]: фізіологічні потреби (задовольняються в процесі відтворення екологічно чистих продуктів харчування та ін.), потреби в безпеці (задовольняються в процесі відтворення екологічних товарів (послуг), пов'язаних із допустимим рівнем негативного впливу природних і антропогенних факторів на навколишнє середовище та людину, що є передумовою для задоволення потреб сьогодення і майбутнього часу), потреби в прихильності і любові (задовольняються в процесі відтворення послуг громадських організацій із захисту навколишнього середовища – незалежної міжнародної організації «Greenpeace», Всесвітнього фонду дикої природи та ін.), потреби в повазі (задовольняються в процесі формування компетентності в проблемах соціо-еколого-економічного розвитку в межах екологічного моніторингу), пізнавальні потреби (задовольняються в процесі споживання освітніх послуг, екологічного виховання та освіти), естетичні потреби (задовольняються в процесі насолоди об'єктами навколишнього середовища і результатами антропогенного впливу), потреби в самоактуалізації (задовольняються в процесі реалізації стратегії сталого розвитку території проживання, держави і світового господарства). При цьому виділені рівні потреб не характеризуються ознакою дискретної ієрархічності.

Аналіз показав, що відсутність єдиної міжнародної класифікації ринку екологічних товарів і послуг є основною причиною того, що ні в національній, ні в міжнародній статистиці екологічна продукція особливо не виділена. Така ситуація призвела до того, що в різних країнах світу до екологічного ринку відносять різну продукцію. До екологічних послуг загалом належить екологічне страхування, екологічний аудит, екологічний менеджмент. Подальший розвиток цієї галузі пов'язаний з екологічною сертифікацією, екологічним ліцензуванням, екологічним маркетингом, утилізацією твердих побутових відходів, екотуризмом тощо.

Виходячи з наведеного переліку, в роботі

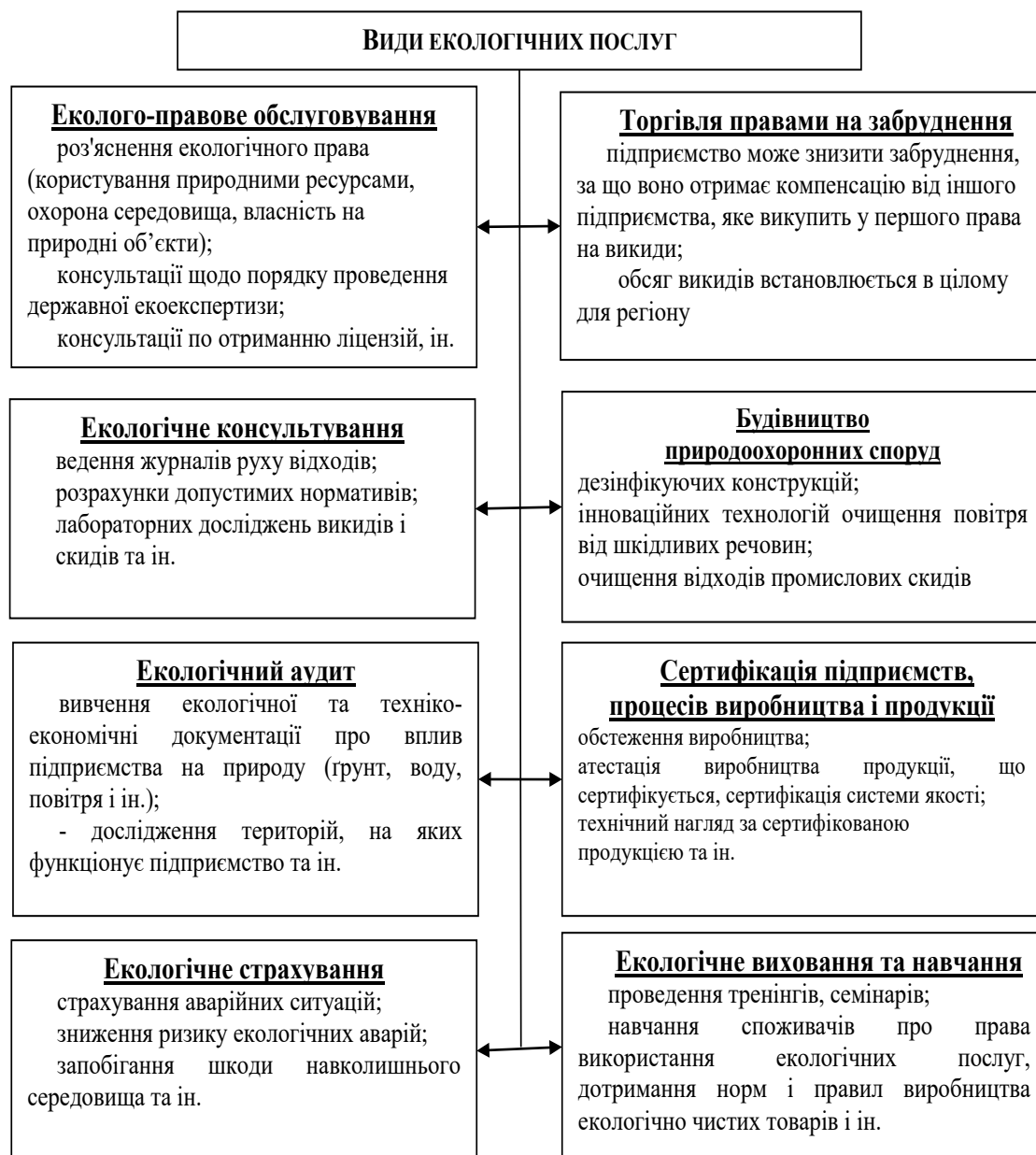


Рис. 1. Класифікація послуг на екологічному ринку

Джерело: складено автором за матеріалами [4; 5; 7; 8; 9]

проведена класифікація екологічних послуг за такими ознаками, як:

- ставлення до суспільних фондів споживання (платні послуги, такі як очищення промислових стічних вод, переробка змішаних твердих побутових відходів, інфраструктурні проекти (очищення річок і водойм));
- форма надання (безкоштовні, добровільні, обов'язкові, такі як екологічне страхування, екологічна сертифікація, екологічний менеджмент на підприємстві);
- ставлення до діяльності підприємства (внутрішні та зовнішні, такі як екологічний аудит, екологічний менеджмент, екологічний маркетинг);
- характер споживання (індивідуальні, громадського характеру, такі як екологічна експертиза проекту, моніторинг екологічної обстановки);

мадського характеру, такі як екологічна експертиза проекту, моніторинг екологічної обстановки);

- соціальна значущість і гарантованість державою (послуги, гарантовані державою, ринкові послуги, такі як забезпечення безпеки навколишнього середовища державою);
- ступінь матеріалізації послуги (послуги матеріального і нематеріального характеру, такі як будівництво очисних споруд, розроблення безвідходних технологій, екологічний туризм, екологічна освіта).

Таким чином, ринок екологічних послуг розглядається як організаційно-економічний механізм, що дозволяє узгодити інтереси виробників і споживачів, підприємців і суспіль-

ства, окремих держав із позиції використання суспільних благ і ресурсів, споживаних спільно.

У сучасних умовах сфера екологічних послуг виступає як пріоритетний напрям розвитку національної і регіональної економіки. Останнє тісно пов'язане з жорсткістю вимог до якості компонентів навколишнього середовища через посилення техногенного впливу людини на природу, що виражається в процесі екологізації економічного розвитку не тільки через посилення прямого державного втручання, а й шляхом формування і розвитку ринку екологічних послуг.

Більшість індустріально розвинених країн світу стикаються з проблемами, пов'язаними із забрудненням природного середовища, що зумовило: а) посилення і розширення нормативної бази регулювання, а також покладання витрат за забруднення навколишнього середовища конкретно на підприємство-забруднювач; б) узаконення екологічного підприємництва і регламентування його діяльності, завдяки чому воно увійшло в число найбільш прибуткових галузей бюджету.

Таким чином, можна визначити, що проблеми забруднення треба вирішувати на глобальному рівні, що пов'язано зі складністю міжнародних відносин, посиленням процесів інтеграції і глобалізації. Підвищення ефективності екологічного ринку залежить від єдиного підходу всіх країн до природного середовища і його захисту від впливу життєдіяльності людини. Водночас необхідно реалізувати концептуальні положення сталого еколого-економічного розвитку, для чого необхідно: встановити єдині «правила гри» для всіх без винятку суб'єктів (окремі країни); гармонізувати економічний розвиток різних країн і регіонів; виробити відповідні сучасним вимогам політичні підходи для врегулювання еколого-економічних відносин між державами. Політика більшості зарубіжних країн в сфері екології цілеспрямована і послідовна. Розвиток екологічного бізнесу і ринку екологічних послуг у цих країнах нині виступає одним із найважливіших механізмів ресурсозбереження, впровадження передових природозберігаючих технологій і оздоровлення навколишнього природного середовища.

Необхідність поліпшення умов проживання населення і забезпечення екологічної безпеки країни тісно пов'язана з масштабом соціально-економічного розвитку в країні, посиленням техногенного впливу на природне середовище. Стратегічні документи соціально-економічного розвитку, прийняті в Україні, а також необхідність відповідності міжнародним стандартам поставили перед вітчизняним суспільством

завдання серйозного аналізу ситуації в еколого-економічній сфері та забезпечення екологічної безпеки.

У 2020 році Україна увійшла в антирейтинг європейських країн за кількістю смертей, які пов'язані із забрудненням навколишнього середовища, повідомляє Глобальний альянс з питань здоров'я та забруднення. Дослідники порахували, що в Україні щорічно помирають через забруднення навколишнього середовища понад 57 тисяч осіб. Це четвертий показник у Європі. У трійку «лідерів» увійшли Туреччина (57 779 смертей), Німеччина (68 300) і Росія (11 8687). Тут і шкода від великої промисловості, і від глобальних чинників, і наслідки діяльності простих людей.

Очолює список топ-10 екологічних проблем України забруднення атмосфери. Щорічно кількість шкідливих викидів в атмосферу підприємствами нашої країни збільшується в середньому на 8%. Разом з тим фінанси, виділені на реалізацію шляхи вирішення основних сучасних регіональних екологічних проблем, не використовуються досить ефективно. Основні актуальні проблеми сучасної регіональної екології, а точніше її погіршення, відбувається внаслідок відмови великих заводів від використання природного газу. Підприємства і населення перейшло на використання більш дешевого, але разом з тим шкідливого для нашої екології твердого палива. Всі підприємства, які так чи інакше забруднюють атмосферу продуктами своєї діяльності, є платниками до фонду екологічного податку, який повинен покривати збитки від їхньої діяльності. Відповідно до джерел, ця сума становить до 4,2 млрд грн. на рік. Витрати на охорону навколишнього природного середовища за напрямками в Україні станом на 01.01.2020 р. наведено на рис. 2.

Як передумови формування ринку екологічних товарів (послуг), поряд із загальними (поглиблення суспільного розподілу праці, специфікація правомочностей власності), мають місце специфічні фактори, у складі яких виділяються необхідні і достатні. До числа необхідних відносяться становлення постіндустріального укладу, що спричинило суперечливі наслідки: з одного боку, сформувалися об'єктивні передумови для переходу від масового стандартизованого виробництва до індивідуалізованого, орієнтованого на потреби окремих економічних агентів, з іншого боку, формування постіндустріального укладу відбувається у взаємозв'язку з процесами глобалізації світового простору, що зумовлює уніфікацію потреб економічних агентів незалежно від території їх розміщення. У цих умовах здатність формувати і задовольняти індивідуалізо-

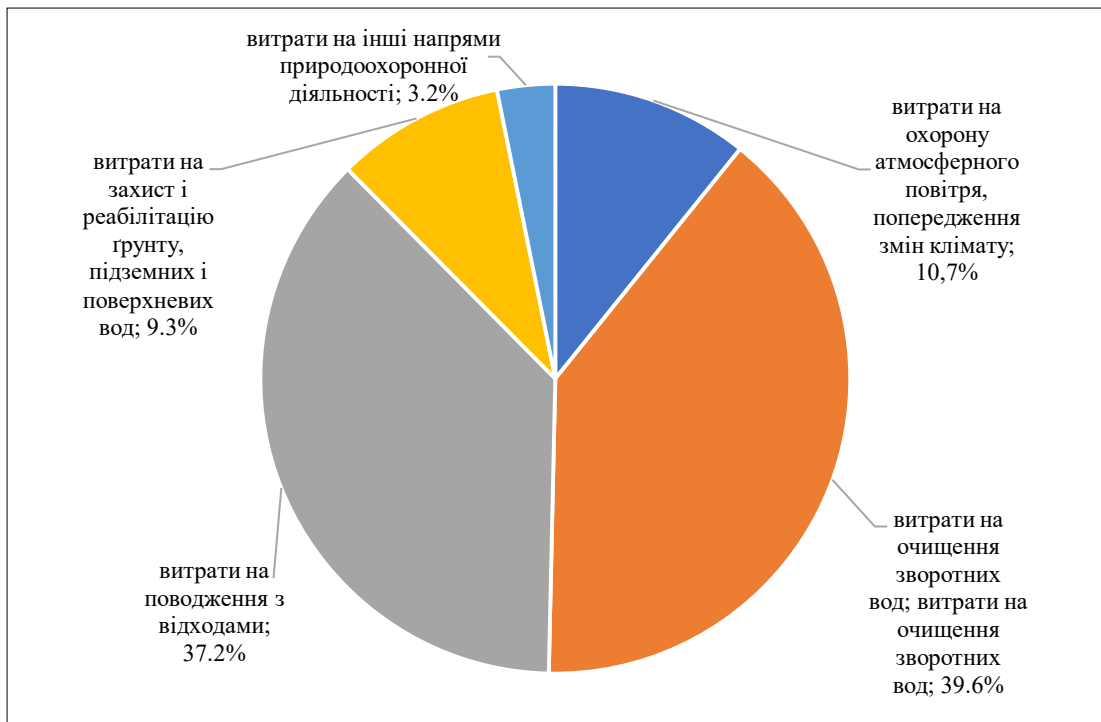


Рис. 2. Витрати на охорону навколишнього природного середовища за напрямками в Україні в 2019 р.

Джерело: розраховано та побудовано автором за матеріалами [6]

вані потреби стає однією з ключових складових частин конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання, що визначає їх вибір на користь екологічно і соціально орієнтованих стратегій розвитку.

Як достатні умови формування ринку екологічних товарів (послуг) виступають становлення екологічного бізнесу, в структурі якого виділяються суб'єкти, що здійснюють бізнес у ресурсо-екологічній сфері (спеціалізовані проекти). Створення попиту на екологічно чисті товари і послуги трактується як процес екологізації споживання, що передбачає формування екологічних потреб у засобах захисту навколишнього середовища від техногенного впливу, в технологіях, що знижують споживання природних ресурсів та утворення відходів виробництва, в продуктивних екоінноваціях.

До числа достатніх умов формування локального ринку екологічних товарів і послуг належить екологічний потенціал території, який визначається можливістю накопичувати її ресурсний потенціал без порушення еколого-економічної рівноваги.

Висновок. Ринок екологічних послуг є одним із секторів сфери послуг, яка в сучасних умовах являє собою одну із перспективних сфер економіки, що охоплює широке коло діяльності, починаючи від транспорту і торгівлі і закінчуючи страхуванням і освітою. Займаючи одне з лідируючих положень серед основних напрямків розвитку економік більшості країн світу, сфера послуг дозволяє задовольнити потреби як окремої людини, так і різних соціальних груп і людського соціуму загалом. Основна відмінність ринку послуг від інших секторів ринку полягає в тому, що дати оцінку послугі неможливо до її отримання, і послуга з'являється тільки в момент її надання. Сфера послуг і ринок екологічних послуг мають досить складний діалектичний взаємозв'язок, що на перший погляд визначити досить важко. Очевидно, що екологічний ринок входить до складу ринку товарів і послуг, водночас сфера послуг, що має динамічний розвиток у всьому світі, в тому числі і в Україні, є найбільш сильне джерело забруднення природного середовища. Саме з цього погляду можна міркувати про їх взаємний вплив.

Список використаних джерел:

1. Звонар В.П. *Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії*. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2018. 288 с.
2. Іксарова Н.О. Розвиток еколого-орієнтованого бізнесу як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної економіки. *Фінанси, учет, банки*. 2014. № 1(20). С. 122–128.

3. Кравченко М. С., Погорелов В. М. Екологічне підприємництво в Україні: сутність поняття, сучасний розвиток і перспективи цього виду діяльності в країні. *Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць ДВНЗ «ПДТУ»*. Маріуполь, 2017. Вип. 34. С. 361–368.
4. Пімоне́нко Т. В. Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій: теоретичні засади, сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія. Суми: «Ярославна», 2019. 264 с.
5. Плахотнікова Л.О., Булах Т.М. Екологічний маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2019, № 4. С. 101–108.
6. *Статистичний щорічник України за 2019 рік*. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/zb_yearbook_2019.pdf (дата звернення 12.01.2021)
7. Chaikin O.V. Ecologically certified products promotion alternative methods. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2015. Vol. 37. № 2. P. 179–188.
8. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. *Environmental Economics*, 2020, 11(1), pp. 96–109. doi:10.21511/ee.11(1).2020.09.
9. Kumar P., Ghodeswar B. Factors Affecting Consumers' Green Product Purchase Decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 2015, 33(3), pp. 330–347. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068>.

References:

1. Zvonar V. (2018). Sotsialna vidpovidalnist yak sotsialno-ekonomichne yavlyshche: teoriia ta ukraïnski realii [*Social responsibility as a socioeconomic phenomenon: theory and Ukrainian realities*]. Kyiv: Ptukha Institute of Demography and Social Research, NAS of Ukraine, 288p. [in Ukrainian]
2. Iksarova N.O. (2014) Rozvytok ekoloho-oriyentovanoho biznesu yak faktor pidvyshchennya mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti vitchyznyanoi ekonomiky [Development of ecologically-oriented business as a factor of increase of international competitiveness of domestic economy]. *Finance, accounting, banks*, no 1 (20), pp. 122–128. [in Ukrainian]
3. Kravchenko M.S., Pohorelov V.M. (2017) Ekolohichne pidpryyemnytstvo v Ukrayini: sutnist' ponyattya, suchasnyy rozvytok i perspektyvy ts'oho vydu diyal'nosti v krayini [Ecological business in Ukraine: essence of concept, modern development and prospects of this kind of activity in the country]. *Bulletin of the Azov State Technical University: Coll. scientific works of SHEI «PDTU»*, Mariupol, Issue 34, pp. 361–368. [in Ukrainian]
4. Pimonenko T.V. (2019) Marketynh i menedzhment zelenykh investytsiy: teoretynni zasady, suchasni vyklyky ta perspektyvy rozvytku: monohrafiya [Marketing and management of green investments: theoretical principles, modern challenges and prospects of development: monograph]. *Sumy: «Yaroslavna»*, 264 p. [in Ukrainian]
5. Plakhotnikova L.O., Bulakh T.M. (2019) Ekolohichnyy marketynh u systemi formuvannya sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu [*Ecological marketing in the system of formation of social responsibility of business*]. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing*. № 4. pp. 101-108. [in Ukrainian]
6. *Statystychnyy shchorichnyk Ukrayiny za 2019 rik* [*Statistical Yearbook of Ukraine for 2019*]. State Statistics Service of Ukraine Statistical Yearbook of Ukraine for 2019. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/zb_yearbook_2019.pdf [in Ukrainian]
7. Chaikin O.V. (2015) Ecologically certified products promotion alternative methods. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. Vol. 37, no 2, pp. 179–188. [in English]
8. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. (2020). Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. *Environmental Economics*, 11(1), pp. 96–109. doi:10.21511/ee.11(1).2020.09. [in English]
9. Kumar P., Ghodeswar B.M. (2015). Factors Affecting Consumers' Green Product Purchase Decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), pp. 330–347. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068> [in English]