



УДК 339.13:504

**ECOLOGICAL GOODS MARKET: CONCEPTS AND MAIN FEATURES****РИНОК ЕКОЛОГІЧНИХ ТОВАРІВ: ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ РИСИ****Trishkina Nina / Тришкіна Н.І.***к.е.н., ас. проф., / к.е.н., доцент,**ORCID: 0000-0002-1883-3540***Buznitska Iryna / Бузницька І.В.***teacher / викладач**ORCID: 0009-0004-2771-1352**Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute**Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

**Анотація.** У статті досліджено особливості та тенденції розвитку ринку екологічних товарів. Проаналізовано трактування поняття «екологічні товари» вітчизняними та зарубіжними вченими. Запропоноване авторське бачення даного поняття. Визначені та представлені ключові характеристики екологічних товарів, а саме: натуральні інгредієнти, безпечне виробництво, ресурсоефективність, безпека для здоров'я, можливість переробки або компостування, зменшення відходів. Досліджено та проаналізовано ринок екологічних товарів в Україні. Окресленні та охарактеризовані основні риси ринку екологічних товарів, а саме: наявність попиту, несформовану пропозицію (особливо від вітчизняних виробників), зростання сертифікації та маркування, вплив екологічних проблем (забруднення води, повітря, відходи) на формування цього ринку. Встановлено, що формування та розвиток ринку екологічних товарів є складним процесом, який передбачає узгодження інтересів усіх його суб'єктів, у першу чергу виробників, споживачів та суспільства. Вказані проблеми, після вирішення яких, ринок екологічних товарів розшириться. Запропоновані ключові сегменти ринку екологічних товарів.

**Ключові слова:** екологічні товари, продукція, ринок, сегмент ринку, споживач, якість.

**Вступ.**

Питання екологічності стає критично важливим через наслідки антропогенного впливу на довкілля, такі як зміна клімату, забруднення повітря, водних ресурсів та ґрунтів відходами, пластиком, промисловими викидами, що вимагає переходу до сталих технологій, сортування сміття, енергоефективності та свідомого споживання. Світова спільнота усвідомлює, що індивідуальні та колективні зусилля, як-от відмова від пластику та підтримка еко-ініціатив, є ключовими для гармонійного співіснування людей і природи. Сучасні технології та виробничі практики поступово переорієнтуються на еко-дружні рішення, проте основна відповідальність лягає на плечі звичайних споживачів. Використання продукції, що мінімізує екологічний вплив, означає вибір товарів та послуг, які виробляються, споживаються та утилізуються з найменшою шкодою для довкілля, що включає органічні харчові продукти, екологічно чистий



текстиль, локальні товари, продукцію з перероблених матеріалів та з екомаркуванням, що підтверджує відповідальне виробництво (наприклад, Європейська квітка, FSC, «Зелена точка»). Це знижує забруднення, збереження ресурсів, зменшує викиди CO<sub>2</sub> та підтримує здорове споживання.

Загальні питання розвитку ринку екологічних товарів висвітлювались у працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених. Значну увагу цим питанням приділяли: Бородін А.І., Вайданич Т.В., Вічевича А.М., Горелова А, Ковальчук С.В., Мяснікова Л., Пеатті Р. і Фостер К. Однак, незважаючи на значний доробок авторів, окремі аспекти розвитку ринку екологічних товарів в Україні все ще залишаються дискусійними.

### **Основний текст.**

Ринок екологічних товарів – це система відносин купівлі-продажу продукції, виробництво, використання та утилізація якої мінімально шкодять довкіллю й людині, акцентуючи увагу на сталому розвитку та здоров'ї споживача, а основні риси включають суворі стандарти якості (відсутність ГМО, пестицидів), екологічний маркетинг та екомаркування.

Під «екологічними» маємо на увазі товари та послуги, які, на відміну від традиційних аналогів, виготовлені без або з меншим вмістом шкідливих для довкілля речовин, дозволяють споживачам економити ресурси, процес виробництва яких є більш екологічно безпечним та ресурсоекономним, а компанії, що їх виробляють, мають певні екологічні ініціативи та проекти [1].

ДСТУ 3993-200 Товарознавство. Терміни та визначення не встановлює визначення для поняття «екологічні товари».

Трактуванню поняття «екологічні товари» приділяли увагу вітчизняні та зарубіжні науковці, наприклад:

Бородін А.І. стверджує, що екологічно чисті товари – це продукти, що не мають шкідливого впливу на навколишнє середовище і є безпечними в сфері передбаченого застосування й ефективним щодо споживання енергії та природних ресурсів, а також такі, відходи від яких можуть бути рециркульовані, повторно використані чи безпечно поховані [2].



В навчальному посібнику «Екологічний маркетинг» авторства А.М. Вічевича, виданого у співавторстві з Т.В. Вайданич екологічні товари – це усе, що може задовольнити брак чи потребу в екологічно чистих продуктах і послугах, пов'язаних з охороною навколишнього середовища, і пропонується ринку з метою привернення уваги, придбання, використання та споживання [3].

На сторінках журналу «Маркетинг» автор Горелова А. характеризує екологічні товари як продукт, безпечний як для людини, так і для навколишнього середовища [4].

Зарубіжні науковці Пеатті Р. і Фостер К. у статті «Органічне землеробство: політика та перспективи» екологічно чисті товари представляють як продукти, що мають сильний емоційний резонанс зі споживачами в розумінні можливості добре виглядати та бути здоровим і в більш широкому контексті як взаєобалансуюче співіснування з навколишнім середовищем [5].

Проведені дослідження виявили, що у сучасній економічній літературі не існує єдиного тлумачення поняття «екологічні товари».

На нашу думку, екологічні товари – це будь-який продукт (продовольчий чи непродовольчий), виробництво якого відповідає принципам сталого розвитку: мінімізується використання шкідливих речовин, енергоефективність, зменшення відходів і позитивний вплив на здоров'я.

Поняття «екологічні товари» ширше за значенням від поняття «екологічні продукти», тому що, екологічні продукти – це товари, виробництво, використання та утилізація яких мінімізує шкоду для довкілля та здоров'я людини, виготовляються з натуральних компонентів без пестицидів, ГМО, шкідливих добавок, з використанням енерго- та ресурсозберігаючих технологій, а упаковка підлягає переробці.

Ключовими характеристиками екологічних товарів є:

- натуральні інгредієнти – використовуються натуральні компоненти, без або з мінімальним вмістом шкідливих хімічних речовин, пестицидів, ГМО. Натуральні інгредієнти в екологічних товарах – це компоненти природного походження (рослинні олії, екстракти, мінерали, вітаміни, натуральні барвники),



вирощені без пестицидів, ГМО та мінеральних добрив, які забезпечують дбайливий догляд, мінімізують ризик алергій, живлять шкіру чи організм корисними речовинами та є біорозкладними, що зменшує вплив на довкілля. Вони відрізняються від звичайних продуктів відсутністю синтетики, такої як парабени, силікони, штучні ароматизатори, і часто використовуються в косметичці, харчових продуктах та еко-засобах для дому;

- безпечне виробництво – застосовуються екологічно чисті технології, що мінімізують забруднення повітря, води та ґрунту. Безпечне виробництво екологічних товарів передбачає використання відновлюваних ресурсів, зменшення відходів через замкнуті цикли, застосування «зелених» технологій очищення (повітря, вода), енергозбереження та відмову від шкідливих хімікатів, щоб мінімізувати вплив на довкілля та здоров'я людини, що підтверджується екомаркуванням, як-от «Європейська квітка» чи «Органік»;

- ресурсоефективність – процеси виробництва є більш енергоефективними та ощадливими до природних ресурсів. Ресурсоефективність характеризується безперервним застосуванням до процесів, продуктів і послуг профілактичних екологічних стратегій для підвищення ефективності, з якою для їхнього виробництва витрачаються матеріали, вода й енергія, в результаті підвищується продуктивність та конкурентоспроможність. Результатом застосування цього підходу є скорочення обсягів забруднення та відходів, зменшення загроз і ризиків для людей і довкілля;

- безпека для здоров'я – продукти не завдають шкоди здоров'ю споживачів та їх оточенню, не викликають алергій. Використання екологічних товарів значно підвищує безпеку для здоров'я, оскільки вони мінімізують контакт зі шкідливими хімікатами, токсичними речовинами та забруднювачами, які містяться в звичайних продуктах та упаковці, зменшуючи ризик респіраторних, серцево-судинних захворювань, алергій та інших проблем, забезпечуючи чистіше довкілля та дотримання права на здорове життя, що підтверджується законодавством України. Перевагами для здоров'я є зменшення хімічного навантаження на організм, відсутність токсичних речовин у товарах (не містять



фталатів, бісфенолу А та інших токсичних сполук, які можуть міститись у пластику, що контактує з їжею, запобігаючи гормональним порушенням та онкологічним ризикам), чистіше повітря та вода, гіпоалергенність;

- можливість переробки або компостування – упаковка та сам продукт часто виготовлені з перероблених матеріалів або придатні до компостування. Екологічні товари пропонують хороші можливості для переробки (рециклінгу) та компостування, перетворюючи відходи на цінні ресурси: папір та картон йдуть на виготовлення нового паперу, пластик – на нові вироби, а органічні відходи (від рослин, харчові) перетворюються на компост або біогумус за допомогою мікроорганізмів або черв'яків, що покращує ґрунт та знижує навантаження на сміттєзвалища. Однак, складні багатошарові упаковки та деякі види пластику переробляються погано, тож важливо обирати товари з мінімальним та зрозумілим пакуванням;

- зменшення відходів – сприяють низько-відходному способу життя (наприклад, багаторазові пляшки, засоби з біорозкладними компонентами). Зменшення відходів в екологічних товарах досягається через філософію Zero Waste та циклічну економіку, зосереджуючись на відмові від непотрібного, скороченні споживання, повторному використанні (багаторазові сумки, пляшки, контейнери), сортуванні для переробки вторсировини та компостуванні органіки, а також виборі продуктів із перероблених матеріалів або біорозкладним пакуванням, що підтримує сталий розвиток.

Обираючи екологічні товари, споживачі підтримують виробників, що дбають про планету, та роблять свідомий внесок у збереження довкілля. Одяг виготовляють з текстильних матеріалів вироблених з натуральних волокон – бавовна, льон, вовна, натуральний шовк, бамбук. Виробництво товарів побутової хімії зосереджене на нетоксичних миючих засобах без фосфатів та хлору. Продукти харчування – це органічні продукти (фрукти, овочі, молочні продукти, м'ясо), вирощені без хімікатів.

Ринок екологічних товарів в Україні активно зростає, зумовлений підвищенням еко-свідомості споживачів, які прагнуть зменшити свій вплив на



довкілля, особливо зважаючи на актуальні проблеми як забруднення води та відходи, що стимулюють попит на продукти з мінімальним екологічним слідом, натуральні та органічні товари, підтримку локального бізнесу та ініціативи еко-маркування, попри несприятливі умови для виробництва в умовах війни. Основними рисами ринку екологічних товарів є: наявність попиту, несформовану пропозицію (особливо від вітчизняних виробників), зростання сертифікації та маркування, а також вплив екологічних проблем (забруднення води, повітря, відходи) на формування цього ринку.

Загалом, ринок екологічних товарів в Україні розвивається, але стикається з бар'єрами, такими як недостатня обізнаність та готовність платити за повну вартість життєвого циклу.

Зростаючий попит та усвідомленість споживачів характеризується тим, що українці все більше переймаються проблемами забруднення води, повітря та відходами, що стимулює попит на екологічно чисті продукти. Споживачі цікавляться еко-продуктами харчування (горіхи, сухофрукти, мед, рослинні продукти) та товарами для дому, шукаючи натуральні альтернативи.

Недосконалість пропозиції пояснюється тим, що вітчизняні виробники не завжди поспішають займати цю нішу, що створює прогалини на ринку, хоча є потенціал для інновацій.

Вплив екологічних проблем – це гострота екологічних проблем (забруднення, дефіцит чистої води) виступає потужним стимулятором розвитку ринку еко-товарів.

Низький рівень екологічної культури – недоліки в екологічній освіті та культурі сповільнюють повноцінний розвиток ринку, незважаючи на наявний попит. Однак, проблеми забруднення водою, відходами та повітря спонукають до свідомого споживання.

Саморегулювання та взаємозалежність – існує взаємозалежність між попитом, пропозицією та ціною, що формує механізм саморегулювання ринку екологічних товарів.

Перевага органічного сектора – значна частина еко-товарів зосереджена в



органічному сільському господарстві, що відповідає світовим тенденціям.

Локалізація виробництва – зростає інтерес до українських виробників, що підтримує внутрішню економіку.

Еко-маркування – впровадження національних систем екологічного маркування (наприклад, в рамках EU4Environment) допомагає ідентифікувати екологічні товари.

З метою розширення ринку екологічних товарів необхідно вирішити такі проблеми, як:

- недосконале екологічне законодавство та регулювання;
- висока вартість екологічної сертифікації для виробників;
- недостатня підтримка еко-інновацій з боку держави;
- екологічні товари часто дорожчі через складніші та дорожчі технології виробництва;
- не всі виробники мають ресурси або технології для повного переходу на екологічні методи виробництва та утилізації відходів;
- недостатня кількість сортувальних та переробних потужностей для пакувальних матеріалів, що зводить нанівець зусилля виробників (особливо упаковки).

Формування ринку екологічних товарів сприятиме вирішенню соціально економічних і еколого-економічних проблем України.

Вчені стверджують, що одним із важливих завдань у формуванні ринку органічної продукції є сегментація, тобто поділ на групи споживачів за результатами маркетингових досліджень. Кількісні показники та якісні характеристики попиту на органічну продукцію є основними джерелами побудови агровиробниками відповідних маркетингових комплексів [6].

Сегментація ринку екологічних товарів в Україні, що знаходиться на стадії формування, базується на демографії (молодь, сім'ї з дітьми), психографії (турбота про здоров'я, довкілля, усвідомлене споживання), поведінці (пошук сертифікованих продуктів, еко-маркування, місцеве виробництво) та географії (великі міста), охоплюючи органічні продукти харчування, натуральну



косметику, еко-побутову хімію та текстиль, де домінують імпортні товари, хоча попит на вітчизняні зростає. Ключові сегменти включають споживачів, що свідомо обирають здоров'я та сталість, а також тих, хто реагує на високі екологічні ризики в країні. Основні критерії сегментації це:

- географічний – більш активний попит у великих містах та регіонах, де екологічні проблеми найбільш помітні або де високі доходи дозволяють купувати дорожчі еко-товари;

- демографічний – передбачає поділ на дві підгрупи, це сім'ї з дітьми та молодь (Gen Z, Millennials). Сім'ї з дітьми зацікавлені в безпечних дитячих товарах, органічному харчуванні. Молодь (Gen Z, Millennials) більш свідомі, схильні до екологічних цінностей та органічних продуктів;

- психографічний – досліджується за підгрупами: «Здоров'я перш за все», «Еко-активісти», «Свідомі споживачі». Споживачів групи «Здоров'я перш за все» зосереджують свою увагу на органічних продуктах, мінімізації хімії для особистого добробуту. «Еко-активісти» володіють високою обізнаністю, здійснюють підтримку місцевих виробників, компостування, мінімальне споживання. «Свідомі споживачі» шукають інформацію про походження товару, еко-маркування ("Зелений журавлик");

- поведінковий – передбачає поділ на підгрупи: за типом продукту, за ступенем «еко», за лояльністю. За типом продукту – це органічні продукти (фрукти, овочі, молочні продукти), натуральна косметика, еко-побутова хімія, біорозкладні товари. за ступенем «еко» – це сертифіковані органічні продукти (найвищий рівень) vs. натуральні/без хімії (нижчий рівень). За лояльністю – постійні покупці еко-магазинів або ті, хто купує еко-товари спорадично, тобто «час від часу», «нерегулярно», «з перервами» – те, що відбувається не постійно, поодинокі, випадково, без закономірності чи системи.

Ключовими сегментами українського ринку екологічних товарів є органічне харчування, натуральні засоби для дому, еко-текстиль, еко-товари.

Органічне харчування це найбільш розвинений сегмент, переважно імпортні товари, що є частиною ширшого тренду здорового харчування.



Натуральні засоби для дому це зростаючий інтерес до безпечної побутової хімії та засобів гігієни.

Еко-текстиль та мода це сегмент повільного розвитку, але є запит на органічну бавовну та перероблені матеріали.

Еко-товари для дітей це дитяче харчування, підгузки, іграшки – важливий сегмент для батьків.

Виклики ринку екологічних товарів в Україні включають війну, логістику, недостатню еко-культуру населення, недосконале законодавство та сертифікацію, тоді як тенденції – зростання попиту через екологічні проблеми, державну підтримку, інновації, фокус на сталість та суспільну відповідальність, а також розвиток місцевих виробників, хоча й у складних умовах.

Загалом, ринок екологічних товарів в Україні перебуває на етапі становлення, демонструючи ознаки зростання під впливом екологічної свідомості, але потребує комплексного вдосконалення інфраструктури та регулювання. Ринок екологічних товарів має потенціал для подальшого зростання завдяки глобальним трендам на сталий розвиток та зростаючій екологічній свідомості українців, незважаючи на виклики, пов'язані з війною та необхідністю підтримки виробництва.

### **Висновки.**

Отже, дослідження показують, що екологічні товари – це вироби, які мінімізують шкоду довкіллю протягом усього життєвого циклу (виробництво, використання, утилізація) завдяки зменшенню шкідливих речовин, використанню відновлюваних ресурсів, енергоефективності та екологічно безпечним методам, що сприяє збереженню природи. Вони відрізняються від традиційних аналогів меншим негативним впливом на здоров'я людей та планету, що робить їх привабливими для свідомих споживачів, які прагнуть зменшити свій екологічний слід. За результатами проведених досліджень визначено, що ринок екологічних товарів зростає, споживачі все більше цікавляться продуктами з меншим впливом на довкілля, хоча їхня готовність переплачувати може відрізнятись, а попит концентрується на



енергоефективності, мінімальній упаковці та органічних продуктах, стимулюючи перехід до чистіших технологій та відповідального споживання, особливо у великих містах. Однак, виходячи із реалій сьогодення, в Україні сучасні умови для виробництва органічної продукції дуже несприятливі, тому конкурентна перевага цієї продукції має базуватися на вищій продуктивності використання запасів. У перспективі подальших досліджень виникає необхідність комплексного вивчення особливостей розвитку експортного потенціалу органічної продукції України.

### Література:

1. Екологічна продукція та екомаркування: перехід до сталого харчування. URL: <https://ukraine-oss.com/ekologichna-produkcziya-ta-ekomarkuvannya-perehid-do-stalogo-harchuvannya/>
2. Бородін А.І. Стратегії маркетингу в контексті стійкого розвитку. *Вісник СЕВКАВГТУ. Сер.: Економіка*. 2010. № 2 (13). С. 10-49.
3. Вічевич А.М. Екологічний маркетинг : навч. посіб. Львів : Афіша, 2003. 251 с.
4. Горелова А. Екологія і маркетинг. *Маркетинг*. 2001. № 5 (60). С. 71-75.
5. Dabbert S. Organic Farming: PoНties and prospects / S. Dabbert, A.M. Haering, R. ZanoH. – London, 2009. – 452 с.
6. Негода Ю.В., Гузь М.М. Ринок органічної продукції в Україні. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/2755-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2661-1-10-20230926.pdf>

**Abstract.** *The article examines the features and trends in the development of the ecological goods market. The interpretation of the concept of “ecological goods” by domestic and foreign scientists is analyzed. The author’s vision of this concept is proposed. The key characteristics of ecological goods are defined and presented, namely: natural ingredients, safe production, resource efficiency, health safety, the possibility of recycling or composting, waste reduction. The ecological goods market in Ukraine is studied and analyzed. The main features of the ecological goods market are outlined and characterized, namely: the presence of demand, unformed supply (especially from domestic producers), the growth of certification and labeling, the impact of environmental problems (water, air pollution, waste) on the formation of this market. It is established that the formation and*



*development of the ecological goods market is a complex process that involves the coordination of the interests of all its subjects, primarily producers, consumers and society. The problems are indicated, after the solution of which, the ecological goods market will expand. Key segments of the ecological goods market are proposed.*

**Key words:** *ecological goods, products, market, market segment, consumer, quality.*