

"תווית סביבתית" על מוצרים תשפר את המכירות

מחקר שנערך באוני' חיפה מלמד כי תווית סביבתית על מוצרים משפרת את תחושת הצרכן והופכת משמעותית יותר ויותר בשיקולי צריכה. הצרכן מרגיש שהוא שותף לניהול הסביבתי העולמי ועושה מעשה נשגב. אז בפעם הבאה שימו לב אם המוצרים שאתם מוכרים עומדים בתקן הסביבתי

גם הוא לניהול הסביבתי, בעיקר באופן בו הוא מתייחס לצריכת מוצרים. התהליכים שתוארו לעיל הביאו להתפתחות ייצור מושכל- פיתוח של מוצרים שפגיעתם בסביבה נמוכה יותר ולקיום של מערכות המקנות "תווית סביבתית" (לאותם מוצרים "ירוקים" יותר). מכאן ש"תווית סביבתית" הינה סמל המעיד שהמוצר לא רק עומד בדרישות תקנים סביבתיים, אלא שכל תהליך תכנונו וייצורו נעשו תוך צמצום הפגיעה

טבע כמו מינרלים ומתכות, זיהום מים, קרקע ואוויר). שאלת הטיפול וצמצום ההשפעות הסביבתיות של הצריכה הופכת להיות משמעותית יותר ככל שהכמויות המיוצרות גדלות, בעיקר עקב גידול האוכלוסייה והעלייה ברמת החיים. לפיכך, בכל העולם, נדרשים להתמודד עם הבעיות הניהוליות והסביבתיות הקשות הנגרמות משילוב של שני המשתנים לאורך זמן, כשהציבור שותף

העולם המודרני הגלובלי מאופיין בשפע מוצרים, במגוון עצום ובאפשרויות ייצור, צריכה וסילוק רבות לגבי כל מוצר ומוצר. עם השפע והייצור המוגבר החלו להופיע גם המשברים הסביבתיים שתלו, לפחות חלק מהאשם, בצריכה המוגברת. ככל שרמת החיים עולה, כמות הצריכה לנפש עולה, ולכן עולות גם ההשפעות על הסביבה ונעשות חמורות יותר (כגון: צריכה מוגברת של אנרגיה ושל משאבי



תווית סביבתית

התווית הסביבתית האירופית, נועדה לעודד ייצור ושיווק מוצרים עם השפעה מופחתת על הסביבה. התו הוא כלי מבוסס שוק המכוון להגדלת ביקושים והיצע של מוצרים המוכחים כסביבתיים. התו משרת גם צרכנים בזיהוי מוצרים 'ירוקים'.

קיימים קריטריונים מוסכמים לקבלת ההסמכה, אשר גובשו על ידי צוות מומחים ועל מנת לזכות בתו צוות רגולציה צריך לאשר הענקת התו. תנאי הסמכה לסוגי מוצרים שונים מעודכנים מדי 5 שנים. בנוסף, בכל מדינה יש גוף הסמכה המטפל בבקשות. העיקרון המנחה לקביעת תנאי הסמכה מבוסס על ניתוח מחזור חיים (Life Cycle Analysis). על מנת לקבל את התו יש צורך בתשלום למוסד הבורק (דמי טיפול) וכן עמלה שנתית לשימוש בסמל הפרח עם ההסמכה חשוב לציין, כי קיימות הנחות אם העת ייצור המוצר היה שימוש בחדשנות תעשייתית.



באתר האינטרנט המקוון ניתן לחפש את המוצרים הנושאים את התו וכן את רשימת הקריטריונים המדוייקת על פיהם הוענק התו.

בארץ מוענק "תו ירוק" בשיתוף מכון התקנים הישראלי והמשרד להגנת הסביבה למוצר או שירות שפגיעתו בסביבה פחותה



מוצר/שירות זה משפר את היעילות האנרגטית, מפחית את השימוש בחומרים מסוכנים, ניתן לשימוש חוזר ועוד.

באתר האינטרנט של מכון התקנים הישראלי ניתן לעשות חיפוש דומה <http://www.sii.org.il/869-he/SII.aspx>

בעולם קיימים עשרות סוגים של תוויות סביבתיות. כך למשל, במחקר שנערך ב 2004 ע"י חוקרים הולנדים, נמצא כי רק בתחום מוצרי המזון קיימים 58 סוגים שונים של תווים סביבתיים (מזון אורגני/ מזון (בעיקר בע"ח) שגודל בתנאים הוגנים/ מזון שבעת גידולו לא העסיקו עובדים בתנאי ניצול ועוד). בגלל השפע, המבלבל לעיתים, של תוויות, המחקר המתואר להלן לא כלל בפני הנסקרים במפורש איזו תווית סביבתית נושא המוצר.

במחקר נמצא כי כאשר הצריכה היא של מוצר הכרח (כגון, נייר טואלט), תווית סביבתית מעצימה את תפיסת ההכרחיות של המוצר ומחזקת את ההערכה כלפיו. לעומת זאת, כאשר הצריכה היא של מוצר הנאה (כגון, מפיות נייר מהודרות), התווית הסביבתית מספקת "הצדקה מוסרית" נוספת לרכישת המוצר ובאופן זה משפרת את

ההערכה כלפיו ואת הנכונות לבצע רכישתו. בנוסף, המחקר בחן סוגים שונים של מיצוב התווית הסביבתית והדגשת תועלות הסביבתיות שיושמו בעת ייצור המוצר, כאשר מטרת הצריכה היא של מוצר הנאה או הכרח. הממצאים הצביעו על כך כי כאשר הצריכה היא של מוצר הנאה, מומלץ למצב את התווית הסביבתית כמעלה תועלות אישיות (כגון, סטאטוס חברתי בגלל היותי "ירוק") ואילו כאשר הצריכה היא של מוצר הכרח מומלץ למצב את התווית הסביבתית כמעלה תועלות רחבות כלל עולמיות (כגון, שימוש בנייר ממוחזר על מנת לצמצם את כריתת העצים).

בסביבה. איכותו, כמובן, אינה פחותה בהשוואה למוצרים דומים. כך שהצרכנים ניצבים כיום בפני האפשרות להחליט בין רכישת מוצרים עם או בלי "תווית סביבתית". מחקר, שנעשה לאחרונה בבית הספר לניהול באוניברסיטת חיפה, ע"י הילה פוטרמן, בהנחיית ד"ר יעל שטיינהרט ופרופ' אפירה אילון שעומדת גם בראש תחום סביבה במוסד שמואל נאמן, בטכניון, בדק האם יש משמעות לתווית סביבתית ובאיזה סוג של מוצר (מוצר הכרח או מוצר הנאה) תהיה

החוקרים ממליצים על: אסטרטגיית מיצוב "תווית סביבתית" הן במוצרי צריכה והן במוצרי הנאה לקידום המודעות למכירות מוצרים. דבר אשר עשוי לתרום להחלטת היצרנים להצטרף באופן וולונטרי לקידום הסמל הסביבתי. כמובן, שהתווית חייבת להיות מהימנה ולהיות מוכחת ומאושרת ע"י גורם חיצוני, בלתי תלוי.

ל"תווית סביבתית" יותר השפעה על החלטת הצריכה ע"י הצרכן.

מוצר הכרח מוגדר כפונקציונאלי, חיוני, המאפשר לבצע מטרה, להשלים משימה, פרקטי ובחירתו נתפסת כמביאה תועלת לצרכן. מוצר הכרח עונה בעיקר על הדרישה למלא צרכים בסיסיים, כמו ניקיון, אוכל, ביגוד.

לעומתו, מוצר הנאה מוגדר כמשפיע על חוויות חושים אסתטית או יוצר הרגשת תענוג ופינוק. קניית מוצרי הנאה מתווגת גם כקלת דעת ונהנתנית. ל"תווית הסביבתית" תפקיד שונה כאשר מטרת הצריכה היא מוצר הנאה או הכרח.