

вання у технологічному розвитку; сформувати боргову економіку внаслідок ножиць цін, попасти під вплив зовнішніх фінансово-економічних потрясінь через рух короткострокових спекулятивних капіталів; залишитись сировинною складовою глобалізованого середовища.

Безумовні переваги має суто інноваційна модель, джерелом зростання і невичерпаним ресурсом у якій виступає людська творчість, ініціатива, підприємництво, знання та інтелект. На сучасному етапі в Україні переважають елементи моделі абсолютних переваг та сировинно-експортної, в той час підвалини інноваційної моделі розвитку економіки знаходяться у стадії формування. Недостатньо залученим залишається потенціал науки, підприємництва, інтелектуальний, а також низький рівень оплати праці. Вирішення даних питань є підґрунтям розвитку малого бізнесу на основі реалізації інноваційної стратегії.

Висновок. Розвиток малого бізнесу на основі інноваційної стратегії повинен здійснюватися згідно концепції сталого розвитку, яка набула світового визнання наприкінці ХХ століття як альтернатива концепції економічного зростання, яка ігнорує екологічну небезпеку від розвитку суспільства. Пріоритетами концепції сталого розвитку є ефективна охорона навколишнього середовища; збереження природних ресурсів, соціальний прогрес. Екологічний імідж і репутація підприємця і підприємництва стають важливою конкурентною перевагою у світі високих технологій.

Економіка, що розвивається на основі інноваційної моделі створює більше можливостей для впроваджен-

ня таких виробничих систем, які дозволяють підприємцям поповнити ринки більшою кількістю товарів і послуг і, одночасно підвищувати продуктивність.

Список використаних джерел

1. Жалдак Г.П. Інноваційна активність підприємств України: проблеми та шляхи визначення / Менеджмент підприємств: матеріали десятої науково-практичної конференції студентів, аспірантів і докторантів. – Симферополь: ДІАІПІ, 2012. – 417 с.
2. Тараненко І.В. Стратегія інноваційної конкурентоспроможності країн в умовах глобальної нестабільності: монографія / І.В. Тараненко / За наук. ред. А.О.Задой. – Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013 – 504 с.
3. Стиглиц Дж. Е. Крутое пики: Америка и новый экономический поряток после глобального кризиса / Стиглиц Джозеф, (пер. с англ. В.Лопатка). – М.: Эксмо, 2011. – 512 с.
4. Мокій А.І., Цвілій С.М., Енверов Р.Р. Механізм підвищення інноваційної активності підприємств малого та середнього бізнесу регіону // Наукові праці НДФІ. Випуск 4(61). 2012. – с.6-27.
5. Гончаров В.Н. Управление рисками инновационной деятельности в агропромышленном комплексе Украины (с. 401-411); Бабієнко М.Ф. Інновації та їх вплив на стратегію розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року (с. 454-458); Прутська О.О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України в контексті світового досвіду (с. 470-474). В кн. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: Збірник матеріалів Чотирнадцятих річних зборів Всеукраїнського конгр. вчен. економістів-аграрників, Київ, 16-17 жовтня 2012 р. / Редкол.: Ю.О.Лупенко, П.Т. Саблук та ін. – К. ННЦ "ІАЕ", 2013. – 762 с.
6. Корецький М.Х. Інноваційний процес в АПК і перспективи його розвитку: монографія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2001. – 144 с.
7. Державна служба статистики України головне управління статистики у Закарпатській області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>
8. Герасимчук В.Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. – К.: Вища школа, 1995. – 265 с.

Надійшла до редакції 26.07.13

В. Стегура, канд. экон. наук

Национальный университет пищевых технологий, Киев

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрены варианты долгосрочной инновационной стратегии, на основе которых может развиваться малый бизнес и основные направления активизации инновационно-инвестиционной деятельности в Закарпатской области.

Ключевые слова: развитие, инновации, инвестиции, инновационные стратегии, малые предприятия, эффективность.

V. Stegura, PhD in Economics

National University of Food Technologies, Kyiv

THE MAIN DIRECTIONS OF INNOVATION AND INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE ZAKARPAT REGION

The paper consider of the long-term innovation strategy, on the ground of which a small business can be developed. Also the paper deals with main ways of activation of investment and innovation activity in Zakarpat region. The advantages is purely an innovative model of growth and source of inexhaustible resource which performs human creativity, initiative, entrepreneurship, knowledge and intelligence. At present in Ukraine is dominated by elements of the model of absolute advantage and commodity-export, while the foundations of an innovative model of economic development at the stage of formation. Insufficiently involved is the potential of science, business, intellectual, and low wages. Addressing these issues is the foundation of small business through the implementation of innovative strategies.

Keywords: development, innovation, investment, innovation strategies, small businesses, efficiency.

JEL Q 50

УДК: 338.24.021.8 : 637.134

О. Харіна, асп.

КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті висвітлено основні тенденції розвитку молокопереробних підприємств України, розглянуто ряд проблем інституційного характеру, а також проблему низької якості вітчизняних молочних продуктів, виявлено чинники, що на неї негативно впливають. Обґрунтовано необхідність проведення повної сертифікації підприємств вітчизняного молокопереробного комплексу та впровадження екологічного маркування на вироблену молочну продукцію. Розкрито основні переваги споживачів та виробників молочної продукції від впровадження екологічного знаку. Виявлено необхідність якнайшвидшого вдосконалення системи еколого-економічного управління діяльністю молокопереробних підприємств на всіх його рівнях.

Ключові слова. Еколого-економічне управління, екологічне маркування, молочні продукти, сертифікація, якість.

Вступ. Останніми роками, враховуючи те, що інтенсивність хімічного, радіаційного та інших видів антропогенного впливу на навколишнє природне середовище

суттєво зростає, частіше почали виникати несприятливі кліматичні умови та катаклізми (урагани, повені, затоплення значних територій). В свою чергу, хімізація вітчиз-

© Харіна О., 2013

зняного агропромислового комплексу та неприродні втручання у процеси зростання тварин не могли не позначитись на природних продовольчих властивостях молока та продуктах його переробки. В результаті цього, ми отримуємо молочні продукти, які майже не містять поживних речовин та не тільки не приносять користі, а й можуть у подальшому негативно вплинути на стан і здоров'я людини та її майбутнього покоління. У зв'язку з цим, все більшої актуальності набуває питання виробництва екологічно чистої та безпечної продукції.

Одним із найбільш ефективних інструментів еколого-економічного управління на мезо- та мікрорівнях є сертифікація усього життєвого циклу виробництва підприємства та впровадження ним екологічного маркування своєї продукції.

Постановка проблеми. Нині, на жаль, все частішими стали випадки, коли підприємство свідомо вводить споживача в оману нечіткими або такими, які не відповідають дійсності, формулюваннями на етикетці, тим самим приховуючи дійсний склад готової продукції. Часто на молочній продукції вказується – натуральний продукт, натуральні компоненти, екологічно чиста та безпечна продукція, проте часто це виявляється лише приманкою товаровиробників для збільшення обсягів продажу.

Відсутність дієвого контролю за якістю вітчизняної молочної продукції і відповідністю всім міжнародним та європейським стандартам на всіх рівнях управління призвело до сучасних диспропорцій, відставання від світового рівня та фактично до занепаду молочної галузі. Розгляд питання, що пов'язані із поліпшенням еколого-економічного управління діяльністю молокопереробних підприємств стосовно підвищення якості вітчизняної молочної продукції, створенням інтегрованої системи врахування екологічних критеріїв у процесі економічного розвитку є надзвичайно актуальним та своєчасним, особливо беручи до уваги теперішній кризовий стан економіки нашої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню еколого-економічних аспектів суспільної діяльності, вивчення теоретичних, методичних і практичних аспектів розвитку та становлення молокопереробної промисловості України присвячені праці багатьох вітчизняних вчених-економістів, зокрема, С. Кваши, М. Маліка, Т. Мостенська, М. Пархомець, П. Саблука, Т. Харченко, В. Чагаровського, С. Чугаєвська та інші. Відмітимо, що завдяки зусиллям був створений міцний теоретико-методологічний фундамент дослідження названої проблеми, вирішено ряд методичних і прикладних аспектів. Разом з тим, незважаючи на наявні наукові здобутки, багатогранність та складність даної проблематики, питання сертифікації життєвого циклу виробництва молочної продукції та впровадження екологічного маркування на молокопереробних підприємствах все ще залишаються не достатньо висвітленими.

Метою цього дослідження є визначення теоретичних і практичних аспектів функціонування вітчизняного ринку молочної продукції, зокрема обґрунтування необхідності проведення повної сертифікації заводів та впровадження екологічного маркування вітчизняної молочної продукції, й тим самим підвищення рівня еколого-економічного управління діяльністю молокопереробних підприємств. Важливість вирішення даного питання дає підставу стверджувати про необхідність проведення власного дослідження.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання: розкрити основні переваги молокопереробних підприємств від впровадження екологічного маркування продукції, виявити переваги споживача від споживання продукції з екологічним знаком, розглянути

проблеми інституційного характеру, що виникли в молочній галузі та призвели до суттєвих диспропорцій, розробити схему найбільш ефективного впровадження екологічного маркування на вітчизняних молочних заводах, запропонувати можливі напрямки підвищення якості молочної продукції за допомогою впровадження екологічного маркування та покращення еколого-економічного управління їх діяльністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. В результаті проведених досліджень, нами було встановлено, що, екологічна стандартизація, сертифікація та маркування відіграють важливу роль у поліпшенні якості продукції. Разом з тим, вітчизняні наукові публікації, монографії та інші джерела, на жаль, не до кінця розкривають зміст даного категоріального апарату, зокрема відсутній алгоритм впровадження маркування на підприємствах молокопереробного комплексу, не повною мірою донесені до покупця всі переваги, від споживання продукції із наявним екологічним маркуванням та власне й самі виробники не до кінця розуміють свої переваги від отримання екологічного знаку.

Відмітимо той факт, що все частіше почали траплятися випадки введення в оману споживачів при купівлі продуктів харчування, й молочної продукції зокрема. Так, за словами С. Берзіної, заступника керівника технічного комітету стандартизації "Охорона навколишнього природного середовища України", у 2012 р. було перевірено понад 60 видів продукції, проте лише виробник однієї з них зміг підтвердити те, що він абсолютно легітимно використовує екологічне маркування, оскільки пройшов сертифікацію й має відповідний сертифікат, що визнається як на території України, так і за кордоном [4, с. 8]. За результатами перевірок, проведених Держспоживінспекцією у 2011 та 2012 рр., було виявлено 91 % продукції, якісні характеристики якої не відповідали ДСТУ або ТУ, заявленими товаровиробниками.

Імітація екологічної свідомості та відповідальності призвела до появи в міжнародній практиці нового терміна, а саме "Greenwashing". Це поняття означає введення в оману споживачів (покупців) відносно екологічних переваг виробленої продукції та наданих послуг. Разом із тим, відмітимо, що споживачі не завжди можуть самі визначити, які продукти харчування можуть вважатися екологічно безпечними та якісними. Тільки відповідна сертифікація підтверджує якість продукції.

Під поняттям "сертифікація" визначається процедура щодо підтвердження відповідності результату еколого – економічної та виробничої діяльності підприємства встановленим нормативним вимогам, за допомогою яких третя (незалежна) сторона документально засвідчує, що якість виробленої продукції відповідає заданим вимогам. Фактично, сертифікація не пов'язана із забезпеченням того чи іншого рівня якості продукції й лише гарантує споживачеві той факт, що дана продукція виготовлена в повній відповідності до всіх вимог стандартів або інших визначених нормативно-правових документів.

В свою чергу, екологічне маркування є одним із різновидів екологічної декларації, яка характеризує вплив продукції на навколишнє середовище на всіх етапах її життєвого циклу. Знаки екологічного маркування свідчать про гарантовану вищу якість та безпечність досліджуваної продукції відносно її впливів на стан довкілля та здоров'я людини. Відмітимо, що продукції, якій присвоюється екологічний знак притаманні певні екологічні переваги серед аналогів групи однорідної продукції.

Західноєвропейські країни приділяють багато уваги та зусиль щодо виробництва та просування екологічно орієнтованої продукції, зокрема діють відповідні жорсткі нормативно-правові норми, а сама продукція – ретель-

но перевіряється на всіх етапах життєвого циклу, і саме тому викликає довіру у споживача.

Вперше знак екологічного маркування з'явився в Німеччині у 1978 р. при підтримці федерального агентства з охорони навколишнього середовища й мав назву "Блакитний ангел". У світі розроблено та використовується достатньо багато знаків маркування для екологічної продукції, більшість з яких входять до глобальної мережі GEN (Global Ecolabeling Network), заснованої у 1994 р. та направленої на підвищення ефективності просування ідей екологічного маркування. На даний час до складу Глобальної мережі екологічного маркування входить 27 екологічних сертифікаційних систем із 60 країн світу.

В Україні програму екологічного маркування з 2003 р. представляє Всеукраїнська громадська організація "Жива планета". Цей орган сертифікації здійснює оцінку екологічних переваг продукції згідно міжнародного стандарту ISO 14024, рівень його компетенції підтверджено міжнародною та національною акредитацією на відповідність вимогам стандарту ISO/GUIDE 65 (EN 45011, ДСТУ EN 45011) "Загальні вимоги до органів, які керують системи сертифікації продукції"[2]. На сьогоднішній день Всеукраїнська громадська організація "Жива планета" має статус члена Міжнародної федерації органічного сільськогосподарського виробництва (IFOAM), Асоціації "Українські акредитовані органи з оцінки відповідності" й Українського товариства з якості, а також є нотифікованим представником Міжнародного інституту органічної сертифікації та етики (ICEA) та здійснює органічну сертифікацію сільськогосподарської продукції на відповідність європейським та міжнародним стандартам.

З початку 2007 р. розвиток екологічної сертифікації та маркування продукції в Україні набув особливого поширення й став спільною справою для Міністерства екології та природних ресурсів України, Державного

комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики, Торгово-промислової палати України, Української асоціації споживачів та Всеукраїнської громадської організації "Жива планета". Цей факт було закріплено відповідним протоколом до багатосторонньої Угоди про співробітництво від 29 грудня 2005 р.

Зауважимо, що за результатами проведеного соціологічного опитування у квітні 2011 р. обрис вітчизняного знаку екологічного маркування "Екологічний чисто та безпечно" було змінено на "Екологічний сертифікат". Тепер, емблема вітчизняного екологічного маркування складається з напису "Екологічний сертифікат" зеленого кольору навколо двох елементів: півмісяця блакитного кольору, розташованого знизу, верхівки якого направлені вгору та паростка, стилізованого під лелеку зеленого кольору. Описане позначення екологічного маркування тепер чітко вказує на те, що цей логотип є знаком відповідності встановленим екологічним стандартам.

В Україні, як і в усьому світі, екологічне маркування продукції, незважаючи на свою добровільність, розглядається на державному рівні як складова екологічної політики та системи інтегрованого еколого-економічного управління. Основним критерієм екологічності продукції в екологічному маркуванні виступає оцінка її впливу на навколишнє природне середовище на усіх стадіях життєвого циклу виробництва (рис. 1). Таким чином, вітчизняна молочна продукція вважатиметься екологічно чистою та безпечною для споживання, якщо весь процес її виготовлення буде таким. Ретельне вивчення стадій життєвого циклу дозволяє визначити низку критеріїв, які враховують вимоги до ряду факторів, що виявляються екологічно небезпечними.



Рис. 1. Впровадження управління життєвим циклом продукції на молокопереробних підприємствах

Практичним механізмом реалізації еколого-економічного управління є організація екологічно безпечного виробництва молочної продукції протягом усього життєвого циклу, тобто від отримання заводом сировини відповідної якості для її виробництва й до моменту покупки продуктів молочної переробки споживачем. Так, на підприємствах вітчизняного молокопереробного комплексу нами пропонується розробка та впровадження спеціальної матриці відповідальності за проведення вхідного контролю якості молока, котра в майбутньому сприятиме надходженню у виробництво сировини тільки вищих ґатунків (табл. 1).

Нами також запропоновано розробити алгоритм впровадження екологічного знаку на вітчизняних молокопереробних заводах, що, в свою чергу, дозволить

виробникам вітчизняної молочної продукції чітко орієнтуватися в етапах здійснення екологічної сертифікації, а також визначить їх основні переваги у довгостроковій перспективі (рис. 2).

Впровадження екологічного маркування на підприємствах молокопереробного комплексу є досить кропітким, складним та дорогим процесом. Так, вартість сертифікаційних робіт для кожного виду продукції визначається окремо, не містить у собі оплату проведення експертизи та випробувань й залежить від ряду факторів, а саме:

- якості наданої молокопереробним підприємством заявки,
- належного обсягу підтверджуючої документації до неї,
- складності дослідження життєвого циклу відповідного виду молочної продукції,

- затраченого часу на дослідження технологічного процесу виробництва молочної продукції,
- повноти інформаційних відомостей заводу – заводу тощо.

Молокопереробне підприємство, продукція якого пройшла екологічну сертифікацію, отримує сертифікат відповідності та право застосування українського знаку

екологічного маркування "Зелений журавлик" відносно сертифікованій продукції. Молокопереробні підприємства, які пройшли сертифікацію й отримали дозвіл на використання екологічного маркування зобов'язані своєчасно надавати споживачу інформацію про власності продукції, яку виробляють та реалізують.

Таблиця 1. Типова матриця відповідальності за проведення вхідного контролю якості молока для використання у виробництві молочної продукції

Відповідальна особа	Виробничій лабораторії	Мікробіологічній лабораторії	Головний механік/старший майстер ремонтно-механічного цеху	Складу
Передача повідомлення про надходження сировини/матеріалів	I			B
Сповіднення мікробіологічній лабораторії, Головного механіка/старшого майстра ремонтно-механічного цеху про надходження сировини/матеріалів	B	I		
Визначення необхідної кількості сировини/матеріалів для контролю	B	B	B	
Відбір проби сировини/ матеріалів	B	B	B	I / C
Проведення випробувань, формування висновків про відповідність встановленим вимогам у відповідних журналах та аналітичному листі	B	B	B	
Надання дозволу на використання сировини/матеріалів у виробництві, маркування тарних місць етикетками "Дозволено"/"Брак"	B			I

Умовні позначення: B – виконання; C – сприяння виконанню; I – інформування.

*Джерело: Складено автором.

На жаль, не всі вітчизняні молокопереробні підприємства мають фінансові можливості та бажання проводити повну екологічну сертифікацію життєвого циклу підприємства та продукції, яку воно виробляє. Це все

пов'язано ще з однією проблемою, яка існує в Україні, а саме – недопустимо малим є штраф, передбачений статтею 156¹ Кодексу про адміністративні правопорушення, за порушення прав споживачів.



Рис. 2. Схема впровадження екологічного маркування на молокопереробних підприємствах України

*Джерело: Складено автором з врахуванням джерел [1-3, 5, 6]

Так, надання виробниками недостовірної інформації про продукцію, в разі якщо ця інформація не зашкодила життю, здоров'ю та майну споживача, – тягне за собою накладення штрафу від десяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. В свою чергу, в разі бездіяльності молокопереробних підприємств щодо приведення недостовірної інформації про весь товар до відповідності або повторне надання недостовірної інформації протягом року з моменту стягнення – тягне за собою накладення штрафу від п'ятдесяти до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. У 2013 р., як і в 2012 р., неоподаткований мінімум громадян становить лише 17 грн., що фактично, не є стримуючим фактором для виробників. Тобто, деяким вітчизняним молокопереробникам легше сплатити штраф у розмірі 3 400 грн., аніж займатися екологічною сертифікацією підприємства та витратити значні час та кошти на впровадження екологічного знаку.

Проте деякі вітчизняні молокопереробні підприємства, зокрема ті, що входять до складу великих молочних холдингів і є екологічно свідомими виробниками молочної продукції, не тільки слідкують за світовими тенденціями, а й розуміють необхідність здійснення екологічного маркування власної продукції, прагнуть відповідати вимогам сучасного споживача та бути конкурентоспроможними на світовому ринку.

Незважаючи на всі труднощі, що виникають при здійсненні екологічної сертифікації, на деяких вітчизняних молокопереробних заводах йде плідна робота щодо впровадження екологічного маркування. Спеціалістами ВАТ "Яготинський маслос завод", що входить до складу холдингу "Молочний альянс" протягом останніх двох років проводилась цілеспрямована та наполеглива робота з розробки та впровадження системи управління якістю відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001 та системи управління безпечністю харчових продуктів відповідно до вимог стандарту ISO 22000. У 2010 р. завершено впровадження системи управління якістю відповідно до стандарту ISO 9001. У липні 2010 р. підприємство отримало сертифікат відповідності виданий компанією Bureau Veritas Certification. Логічним продовженням проведеної роботи є підтримання функціонування системи управління якістю харчових продуктів відповідно до вимог стандарту ISO 9001 та продовження впровадження системи безпечністі харчових продуктів (HACCP) відповідно до вимог стандарту ДСТУ ISO 22000:2007.

Ще одним достойним прикладом є ПАТ "Хорольський МКК дитячих продуктів", який особливу увагу приділяє контролю за якістю продукції на кожному етапі її виробництва. Так, окрім того, що підприємство розміщено в екологічно чистому районі Полтавської області, оснащене енергоефективними технологічним, холодильним та енергетичним обладнанням фірм-лідерів з випуску молокопереробного обладнання "Bosch" та "Alfa Laval", вся продукція підприємства сертифікована відповідно до вимог українського законодавства й відповідає міжнародним стандартам ISO 9001:2009 та HACCP. Генеральним директором цього підприємства зазначає, що для утримання позицій лідера потрібно не тільки наполегливо пра-

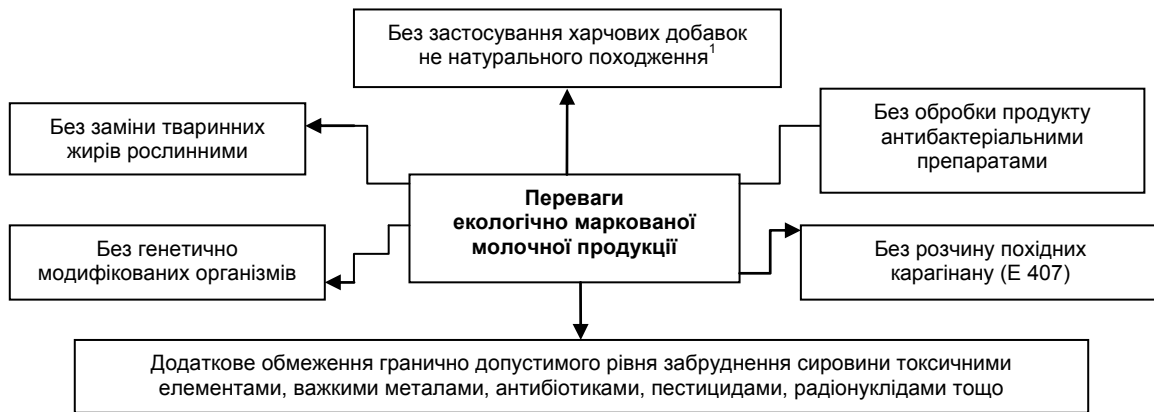
цювати, а й бути чесним із собою та споживачами. Зокрема він каже: "... наші основні принципи діяльності – це стабільна бездоганна якість, сучасні технології та творче осмислення світового досвіду".

Метою екологічного маркування молока та молочних продуктів є донесення до споживача перевіреної, точної та правдивої інформації про екологічні аспекти виробництва продукції, сприяння розширенню попиту та постачання тих молочних виробів, які є екологічно безпечними, якісними та при виробництві чинять найменший тиск на навколишнє природне середовище. Відмітимо, що маркування молочної продукції має бути чітким та зручним для сприйняття. Фон етикетки та текст, який на неї нанесений, за кольором і відтінками не повинні поглинати одне одного, а сам екологічний знак не повинен вводити в оману споживача щодо властивостей обраної молочної продукції, зокрема необґрунтовано приписувати властивості або створювати враження про наявність таких.

Добровільна екологічна сертифікація молочної продукції встановлює додаткові до державних норм вимоги щодо забруднення сировини токсичними елементами, важкими металами, антибіотиками, пестицидами, радіонуклідами, а також забороняє застосування 72 підозрілих харчових домішок ненатурального походження в готовій продукції [2]. За рішенням Координаційної ради органу з екологічного маркування від 18 жовтня 2012 р. упроваджено стандарт що встановлює добровільні екологічні критерії для молочних продуктів. У зв'язку з цим, екологічно сертифіковану молочну продукцію, відзначену знаком екологічного маркування споживач зможе з впевненістю відносити до харчових продуктів для здорового способу життя, адже вона має ряд суттєвих переваг порівняно з немаркованою (рис. 3).

Цікавим залишається й той факт, що у 2012 р. був ухвалений законопроект "Про внесення змін до Закону України "Про молоко та молочні продукти" та інших законодавчих актів щодо посилення заходів боротьби з фальсифікацією молочних продуктів". В ньому було прийнято рішення про те, що молоковісні продукти, які містять рослинні жири будуть мати відповідне маркування та реалізовуватися в торговельних мережах на окремих полицях. Окрім того, згідно з цим документом, допустимий відсоток рослинних жирів буде зменшено до 50%. Відмітимо, що така вимога обумовлена тим, що відповідна гранична межа вже діє в країнах Європейського союзу та Російській Федерації. Це, в свою чергу, є також ще одним позитивним кроком на шляху розвитку добровільної екологічної стандартизації та сертифікації харчових продуктів в Україні відповідно до вимог міжнародних стандартів серії ISO 14000, 9 001 та 22 000.

Практика провідних молочних компаній свідчить про те, що здійснення повної сертифікації виробництва молочного заводу та впровадження екологічного маркування продукції призведе до зменшення негативного впливу на довкілля та зниження витрат на матеріали, які використовуються у виробництві, економії енергоресурсів, зменшення собівартості виготовлення молочної продукції та підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств молочної галузі на ринку в цілому.



¹ В екологічному маркуванні продукції заборонено використовувати 72 підозрілі харчові домішки, застосування яких не обмежується на рівні державних вимог

Рис. 3. Переваги, які отримує споживач від споживання молочної продукції із екологічним знаком маркування

*Джерело: Складено автором

Оперуючи цифрами та фактами, можна навести приклад про нещодавно проведені дослідження швейцарською фірмою SQS, яка здійснила опитування близько 500 європейських компаній, що використовують ISO-стандарти, на предмет ефективності проведення екологічної сертифікації та використання екологічного маркування на практиці. Результати опитування показали, що понад 80 % компаній вважають цю сертифікацію ефективною, у тому числі 60 % окупили свої капіталовкладення за один – два роки. Крім того, 80 % тих, що дали позитивний відгук, упевнені в рості майбутніх

доходів від проведених заходів [5]. Зауважимо, що для ефективного реалізації інструменту еколого-економічного управління на практиці молокопереробні підприємства повинні бути, перш за все, зацікавлені в здійсненні екологічної сертифікації та маркуванні своєї продукції. Вони повинні розуміти, що проведення добровільної екологічної стандартизації та отримання екологічного знаку вітчизняними молокопереробними підприємствами надасть їм ряд суттєвих переваг перед своїми конкурентами (рис. 4).

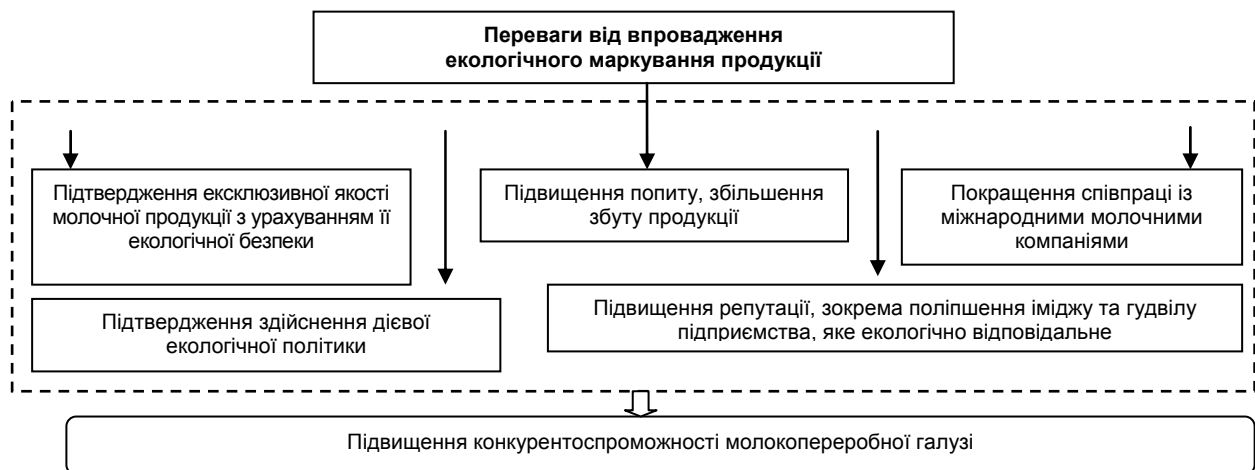


Рис. 4. Переваги молокопереробного підприємства від впровадження екологічного маркування продукції

*Джерело: Складено автором

По-перше, екологічне маркування є "візитною картою" будь-якої компанії, адже гарантує, що всі процеси, які функціонують на молочному заводі керовані та перебувають під повним контролем керівництва підприємства. По-друге, це своєрідна гарантія того, що на молочному заводі відбувається безперервне удосконалення якості молочної продукції та процесів її виробництва, застосовуються науково обґрунтовані підходи до вирішення питань щодо усунення можливих дефектів або зниження обсягів браку, а також постійно покращуються й допрацьовуються технологічні процеси виробництва та пакування продукції. По-третє, у зв'язку зі зростанням попиту на екологічно чисту молочну продукцію,

розширюються й ринки збуту, а підприємство отримує можливість вийти на міжнародний рівень і реалізувати молоко на світових ринках.

Отже, для забезпечення процесу ефективного впровадження екологічного маркування на підприємствах молокопереробного комплексу потрібно вирішити низку проблем інституційного характеру, а саме:

на рівні держави

- Сприяти та підтримувати розвиток екологічної освіти громадян України (починаючи зі школи). Так, усвідомлення споживачами корисності та необхідності виготовлення та споживання екологічно безпечної молочної продукції, що проявляється у позитивному впливі

ві на їх стан здоров'я та дітей, сприятиме зростанню попиту на екологічно марковану продукцію.

- Активізувати процеси законодавчої підтримки впровадження екологічного маркування на молокопереробних підприємствах, зокрема розробити загальнонаціональну Стратегію екологічної сертифікації та екологічного маркування в Україні.

- Сприяти наданню державних податкових пільг та довгострокових кредитів, тим молочним підприємствам, які здійснюватимуть переорієнтацію свого виробництва на екологічно чисте та безпечне для оточуючого середовища.

- Розробити та прийняти ряд законодавчих та нормативних актів, які регламентуватимуть екологічне виробництво молочної продукції та умови його ведення.

- Створити ряд державних та приватних консультативно-дорадчих та сертифікаційних установ, які роз'яснюватимуть товаровиробникам переваги від проведення добровільної екологічної сертифікації та отримання екологічного знаку, а також допомагатимуть у оформленні заяв та необхідної документації для її здійснення.

- Переглянути та внести поправки щодо штрафних санкцій та міри відповідальності виробника молочної продукції за надання недостовірної та неправдивої інформації її споживачеві, і тим самим підсилити мотивацію до впровадження екологічного маркування на підприємстві.

на рівні підприємства

- Здійснити переорієнтацію виробництва молочної продукції на екологічно безпечну для споживачів та довкілля.

- Активізувати інноваційну пасивність в діяльності самого підприємства.

- Підвищити екологічну освіченість персоналу підприємства, проводити семінари та тренінги щодо важливості виробництва та споживання екологічно чистої молочної продукції.

- Активізувати екологічну свідомість споживачів молочної продукції через засоби масової інформації. Здійснювати пропагування екологічно безпечної та якісної молочної продукції з акцентом на її безпеці та корисності для здоров'я дитини споживача, її високої смакової якості та свіжості, а також збереженні навколишнього природного середовища, дотримання рецептури

виготовлення та відповідності нормам міжнародних стандартів серії ISO під час виготовлення тощо.

- Покращити співпрацю з фермерськими та селянськими господарствами, зокрема запровадити програми підтримки виробників молочної сировини, з метою підвищення її органолептичних показників у перспективі.

- Налагодити тісний взаємозв'язок із вітчизняними та іноземними науково-дослідними установами, з метою вдосконалення методичної та методологічної бази екологічного маркування вітчизняної молочної продукції.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Комплексне вирішення зазначених вище проблем надасть змогу більшій кількості вітчизняних молокопереробних підприємств, *по-перше*, провести добровільну екологічну сертифікацію, *по-друге*, отримати відповідний знак екологічного маркування на свою продукцію, *по-третє*, підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку молочної продукції та посилити бренд підприємства, *по-четверте*, створити реально функціонуючий сектор виробників екологічно чистої молочної продукції. В свою чергу, споживачам екологічне маркування молочної продукції дозволить відрізнити більш якісну екологічно сертифіковану молочну продукцію з ряду аналогічних, що представлені на українському, європейському чи світовому ринках.

Список використаних джерел

1. Берзіна С. Екологічне маркування: теорія оми по-українськи // Розумний споживач – грудень 2011 р. – с. 14-17 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.organic.ua.
2. Всеукраїнська громадська організація "Жива планета" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.zhiva-planeta.org.ua/>.
3. Глосарій зеленого бізнесу: українсько-німецько-російсько-англійський // В.Базилевич, Д.Вальтер, Хартманн В. та ін.; наук. ред.: В.Базилевич, Д.Вальтер. – К.: Знання, 2010. – 518 с.
4. Олійник С. "Зелена" їжа? Не смішіть. // "Експрес". – 24-25 квітня 2012 р. – с. 8. – ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ecolabel.org.ua/upload/08_Viv_24-04-2012.pdf.
5. Granatstein David. Emerging Ecolabels for Food Products. Center for Sustaining Agriculture and Natural Resources. – Washington State University, Wenatchee. – 2011. – p. 5-9.
6. Introduction to ecolabelling. Global ecolabelling network (GEN). – July 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.gen.gr.jp>

Надійшла до редакції 28.07.13

Е. Харина, асп.

КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ МАРКИРОВКИ НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ

В статье отражены основные тенденции развития молокоперерабатывающих предприятий Украины, рассмотрен ряд проблем институционального характера, а также проблему низкого качества отечественных молочных продуктов, выявлены факторы, которые на нее отрицательно повлияли. Обоснована необходимость проведения полной сертификации предприятий отечественного молокоперерабатывающего комплекса и внедрение экологической маркировки на производимую молочную продукцию. Раскрыты основные преимущества потребителей и производителей молочной продукции от использования продукции с экологическим знаком. Выявлено необходимость скорейшего совершенствования системы эколого-экономического управления деятельностью молокоперерабатывающих предприятий на всех его уровнях.

Ключевые слова. Эколого-экономическое управление, экологическая маркировка, молочные продукты, сертификация, качество.

O. Kharina, postgraduate student

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

THE NECESSITY OF ECOLABELING IN NATIONAL DAIRY PRODUCTION

The article highlights the main trends in dairy enterprises in Ukraine, considered a set of problems of institutional nature, and the problem of low quality of domestic dairy products revealed the factors that affect it. The necessity of a complete certification of enterprises of domestic milk processing sector and the introduction of eco-labels for manufactured dairy products was improved. The author analyses the main advantage of consumers and producers of dairy products from the introduction of ecological labeling. It is established that dairy enterprise urgent need to improve the system of environmental and economic management at all it levels.

Keywords: Ecological and economic management, eco-labeling, dairy products, certification, quality.