

## ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ ТОВАРІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*У даному дослідженні представлено систему диференціації символічних знаків для маркування товарів. Проведений розподіл екологічного маркування за характером інформації, розглянуто придатність території України для вирощування екологічної продукції. Визначено основні проблеми, перспективи розвитку та шляхи вдосконалення політики екологічного маркування товарів в Україні. Відмічено, що основним інструментом для успішного подолання кризи запровадження екологічного маркування в національній економіці має стати стратегія зниження негативного впливу на навколишнє природне середовище, а отже, й зменшення негативної дії на здоров'я населення.*

**Ключові слова:** безпека життєдіяльності, екологічне маркування, екологічні фактори, екологічні знаки, екологічні продукти.

O.P. MAKAR, O.JU. GULJUK  
National University "Lviv Polytechnic"

### ECO-LABELING: PROBLEMS AND PROSPECTS

*In this study presents a system of differentiation of symbolic signs for labeling. Conducted distribution of environmental labeling the nature of information discussed in Ukraine suitability for growing organic products. The main problems, prospects and ways to improve environmental labeling policy in Ukraine. It is noted that the main tool to successfully overcome the crisis, the introduction of eco-labels in the national economy should be a strategy to reduce the negative impact on the environment, and therefore reduce the negative impact on public health.*

*Keywords:* safety, environmental labeling, environmental factors, environmental signs, environmental products.

#### Постановка завдання

З метою окреслення особливостей формування екологічного маркування товарів в Україні, пропонуємо розглянути процеси становлення екологічного маркування, визначити основні проблеми, перспективи розвитку та шляхи вдосконалення політики екологічного маркування товарів в Україні.

#### Аналіз останніх публікацій

Аналіз досліджень та публікацій, якими започатковано розгляд даної проблеми в науковій літературі засвідчив, що ця тематика тривалий час розроблялася переважно західними вченими. Дослідження проблеми екологізації бізнесу знайшло своє відображення в наукових працях таких вітчизняних вчених як: Л.Г. Мельник, М.К. Шопочка, В.Я. Шевчук, Ю.М. Навроцький та ін.

#### Вступ

Екологічне маркування товарів займає важливу роль в розвитку кожної держави. У світі немає країни, де б його не було хоч у найпримітивнішому вигляді, адже від екологічного маркування товарів залежить збереження здоров'я майбутнього покоління, розвиток держави та стан її економіки. Збереження здоров'я майбутнього покоління та власне свого – головне завдання, що стоїть перед кожною людиною. Поняття безпеки життєдіяльності як складової здоров'я людини трактується досить широко, і включає в себе, в тому числі безпеку тієї продукції, яку ми вживаємо в повсякденному житті. На жаль, дуже часто не шкідливі, на перший погляд, товари в яскравій упаковці містять в собі загрозу нашому здоров'ю. Причому ця загроза може не стосуватися безпосередньо якості вже готової продукції – висока якість кінцевого продукту може досягатись за рахунок нанесення серйозної шкоди навколишньому середовищу і здоров'ю людей в процесі його виробництва.

#### Виклад основного матеріалу

Підвищення інформованості громадян, впливає на зростання їх вимог до якості товарів. Тим самим запускається маркетинговий механізм, що змушує виробника акцентувати увагу на якості і безпеці продукції, що випускається. Нарощування темпів виробництва тягне за собою все більш серйозне навантаження на навколишнє середовище, а законодавчі нормативи виявляються недостатніми для регулювання такого навантаження. У розвинених європейських країнах люди вже усвідомили, що запорука здоров'я і сприятливого середовища життєдіяльності – це чисте навколишнє середовище. Покупець намагається сприяти поліпшенню середовища проживання через вибір продукції, виробництво якої завдає мінімальної шкоди навколишньому середовищу, а виробник продукції прагне до підвищення рівня екологічної безпеки свого виробництва. Одна з головних перешкод на шляху вирішення проблем якості та екологічної безпеки продукції – прогалини в законодавстві. Слід пам'ятати, що в Україні немає законодавства щодо екологічної (органічної) продукції. З одного боку, вимоги до виробників екопродукції надзвичайно жорсткі, з іншого боку багато вітчизняних виробників, не пройшовши ні сертифікацію, ні екологічну експертизу, наносять на упаковку своїх продуктів знаки "БІО" або "Екологічно безпечний продукт" і автоматично підвищують ціни. При чому не можна накласти штрафні санкції за цю самодіяльність, оскільки ніяких обмежень на використання подібного маркування немає [5]. Іншими словами, країні необхідні нові, додаткові важелі управління в галузі охорони навколишнього середовища і контролю якості продукції.

В Україні вже прийняті і введені в дію нормативні документи, які повністю відповідають вимогам міжнародних стандартів системи екологічного менеджменту ISO 14020 та 14024. Загальна мета екологічного маркування продукції - доведення до споживача надійної, точної і достовірної інформації про екологічні аспекти виробництва та поширення продукції й послуг, сприяння задоволенню потреб у такій продукції і послугах, які менш негативно впливають на навколишнє середовище. Поява екологічного маркування на різноманітних товарах – це індикатор того, що суспільство осмислює масштаби негативного антропогенного впливу на довкілля.

Всі існуючі в світі екомаркування можна розділити на наступні основні групи:

- за інформацією, яку вони несуть;
- інформація про екологічність продукції в цілому, враховує весь життєвий цикл її виробництва;
- інформація про екологічність окремих властивостей продукції.

Систематика підгруп екологічних знаків:

- перша – знаки, що інформують про екологічну чистоту товару або безпеки для навколишнього середовища;
- друга – знаки, що інформують про екологічно чисті способи виробництва або утилізації товарів або пакування;
- третя – знаки, що інформують про небезпеку продукції для навколишнього середовища.
- Деякі знаки наведені на рисунку 1.]



Рис. 1. Приклади знаків екомаркування у різних країнах [3].

Екологічна ситуація в країні погіршується, різні промислові підприємства особливо не замислюються над екологічною складовою своєї діяльності, адже за найсерйозніші порушення їм доведеться заплатити чисто символічні штрафи. Крім того за останні роки в країні сформувався сегмент споживачів екологічно чистих товарів, готових платити за них більше, ніж за традиційні товари. У країнах ЄС з кожним роком попит на «зелені» товари збільшується на 10-15% щорічно, аналогічні тенденції можна очікувати і в Україні [6].

На рисунку 2 показані території України придатні для вирощування екопродукції.

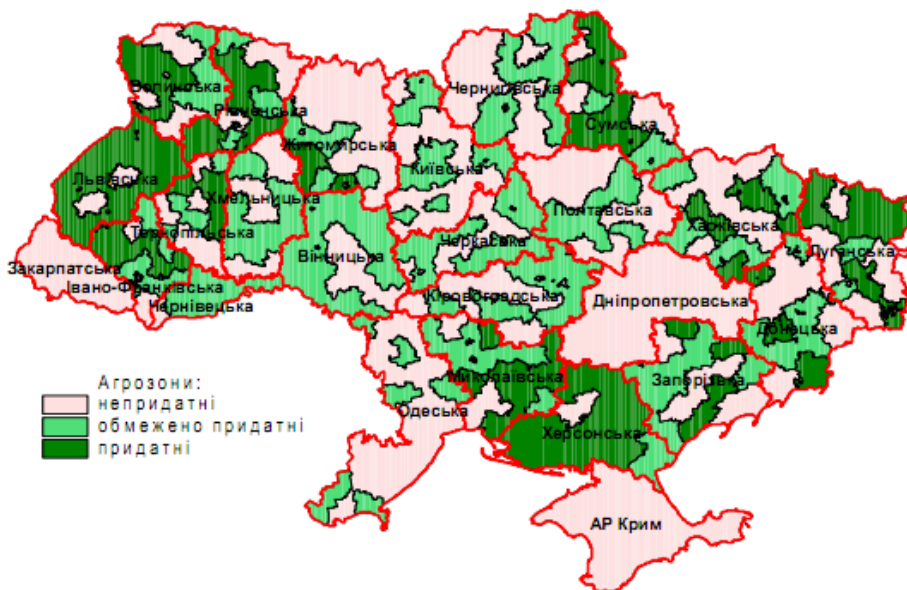


Рис.2. Придатність території України для вирощування екологічно чистої продукції [6]

Екологічне маркування відноситься до добровільних екологічних інструментів споживчого ринку. Світова практика довела, що якість життя – це не тільки рівень економічного зростання, а й рівень стану навколишнього природного середовища, в якій ці економічні результати досягаються. Тому підтримка виробництва екологічно чистої продукції для вітчизняних виробників не тільки показник професіоналізму, а

й отримання переваг у бізнесі. Екологічне маркування – це ефективний інформаційний механізм, який є свого роду знаком якості. Цей графічний знак, як правило, належить спеціальній сертифікуючій організації, яка, ґрунтуючись на вимогах міжнародного стандарту ISO 14024, оцінює стан екологічних аспектів діяльності конкретного підприємства та у разі підтвердження відповідності екологічним вимогам дає право цьому підприємству наносити екологічний знак на свою продукцію. В Україні існують знаки «Екологічно та безпечно», «Екологічно безпечний продукт», «Екологічна продукція». Продукція повинна відповідати міжнародним екологічним критеріям, встановленим Глобальною мережею Екологічного Маркування (GEN), що переглядаються кожні три роки. Востаннє зустріч країн-членів Глобальної мережі екологічного маркування відбулася 5-9 листопада 2012 року в Ріо де Женеїро (Бразилія), де зустрілися представники 27 сертифікаційних систем, які оперують програмами екологічного маркування, згідно вимог міжнародного стандарту ISO 14024 [1]. Одностайно вони прийшли до висновку, що екологічне маркування на основі оцінювання екологічних аспектів продукції протягом її життєвого циклу є винятково важливим інструментом “зеленої” економіки, який дозволяє об’єднати інтереси сталого виробництва та споживання. І за останні роки відзначається зростання рівня довіри споживачів в усьому світі до цього маркування.

Згідно з інформацією Міжнародної організації зі стандартизації сьогодні Україна за кількістю та темпами впровадження сертифікованих систем екологічного управління відстає від розвинених країн і займає 54-те місце у світі та 27-ме в Європі.

Нормативну базу в сфері екологічного маркування в Україні формують такі національні стандарти: ДСТУ ISO 14020:2003 та ДСТУ ISO 14024:2002. Якщо стандарт ДСТУ ISO 14020:2003 встановлює основні принципи розробки і застосування екологічних маркувань, як інструменту екологічного управління, то стандарт ДСТУ ISO 14024:2002 вже конкретизує ці основні принципи і є керівництвом для органу з екологічного маркування з метою здійснення сертифікації продукції зацікавлених організацій і підприємств [3].

Як приклад розглянемо Польщу, відносно нову країну серед членів ЄС. В цій країні останнім часом динамічного розвитку набуває органічне землеробство, із законодавчо закріпленим терміном "екологічне землеробство". Сьогодні у Польщі для вирощування екологічної продукції використовують майже 286 тис.га. У 2007 р. кількість екологічних господарств зросла до 12 тис.га., що на 32% більше, ніж було прогнозовано (рис.3)[6].

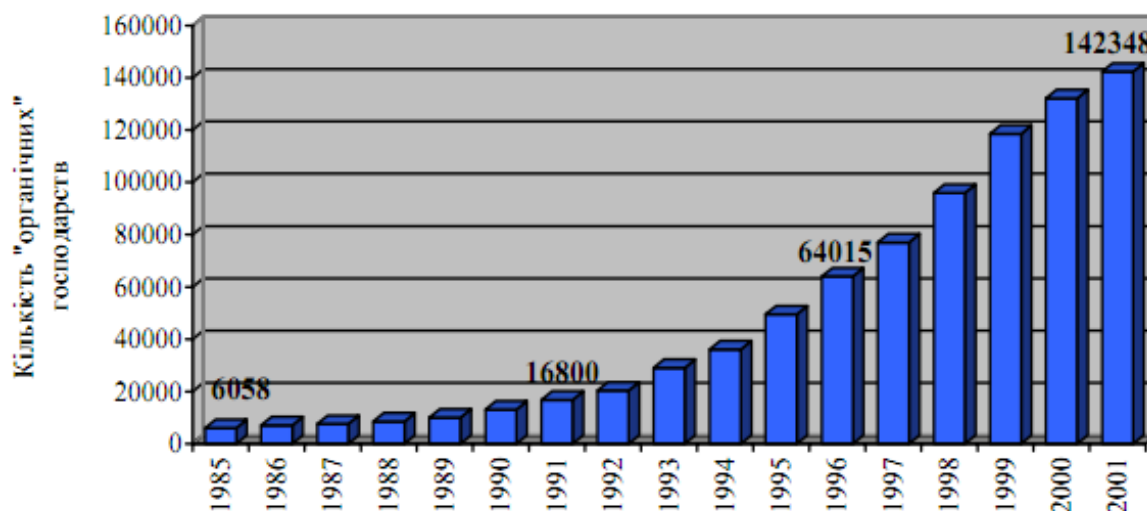


Рис. 3. Динаміка зростання кількості екологічних господарств у Польщі [4]

Таким чином, передумовами успішного розвитку виробництва продукції екологічного землеробства у Польщі є: міцна інституціонально-правова база, державна підтримка, фінансова допомога екологічним господарствам з європейського фонду, державне сприяння популяризації екологічного землеробства, підтримка розвитку науки і виробництва, довіра до польського маркування екологічного сільськогосподарства, зростання попиту на екологічну продукцію за кордоном та всередині країни. Суттєвими проблемами екологічного виробництва є недостатня кількість виробленої екологічної продукції, майже відсутнє екологічне насінництво, недостатній асортимент і висока вартість добрив, дозволених у виробництві (особливо фосфоро - калійних).

Велику роль в стрімкому зростанні кількості екологічної продукції відіграв вступ країни до Євросоюзу, але потрібно також розуміти, що і свідомі громадяни, певним чином вплинули на спосіб виробництва товарів і продуктів потенційно власного харчування.

Для досягнення успіху на ринку екологічно чистих товарів важливо донести споживачеві інформацію, що саме ця продукція більш корисна для здоров'я і навколишнього середовища. Дуже велику роль у цьому відіграє екологічне маркування. Продукція, вирощена без застосування хімічно небезпечних речовин, не може мати однакової вартості з продукцією, вирощеною традиційними способами. Мова йде про різницю у 20-50% середньої ціни на ринку. У цілому, ціна піднімається рівно настільки, щоб компенсувати

впровадження підприємством технологій з мінімізації впливу на навколишнє середовище в процесі виробництва продукції.

Як свідчать опитування громадської думки, в Україні спостерігається постійне зростання попиту на екомаркіровану продукцію. Згідно з даними соціологічного дослідження ВГО «Соціальна країна», проведені в Україні в 2010 р., 33,02% респондентів знайомі з українським знаком екологічного маркування «Екологічно та безпечно», а переважна більшість готові платити більш високу ціну за екомаркіровану продукцію [4].

Враховуючи, що сучасний український споживач стає більш розбірливим у виборі продуктів харчування, є всі підстави вважати, що практика використання екологічного маркування в Україні буде активно розвиватися.

### Висновки

Підводячи підсумки варто зазначити, що екологічне маркування – це зниження негативного впливу на навколишнє природне середовище, а отже, й зменшення негативної дії на здоров'я населення. Воно є кроком в бік Євроінтеграції та правового врегулювання відносин між покупцем та підприємцем. Екологічне маркування товарів, продукції використовується для інформування споживачів про ступінь екологічності товарів, допомагає їм вибрати екологічну продукцію і, крім того, є стимулом для виробників, створюючи можливість використання екологічних характеристик виробничих процесів, продукції та послуг як один з чинників конкурентної боротьби. Виконання всіх перелічених вище заходів сприятиме впровадженню інноваційних технологій більш чистого виробництва, раціональному використанню матеріальних та енергетичних ресурсів, збалансованому розвитку економіки, випуску безпечної для здоров'я людини та довкілля продукції, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника на міжнародному ринку, зміцненню експортного потенціалу, зменшенню інвестиційних ризиків за екологічними факторами.

### Література

1. Ілляшенко С.М. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: монографія. / С.М. Ілляшенко, О.В. Прокопенко; за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 250 с.
2. Мельник Л.Г. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / Л.Г. Мельник, М.К. Шопочка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005.– 759 с.
3. Пруцакова О. Л. Екологічне маркування безпечних для споживання товарів / О. Л. Пруцакова // Екологічний вісник.– 2004 . – №5 . – С.15-19.
4. Вічевич А.М., Екологічний маркетинг: навч. посіб. / А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І. Дідович., А.П. Дідович .– Л.: УкрДЛТУ, 2002. – 248 с.
5. Телетов О.С. Проблеми екологічного маркетингу / О.С. Телетов // Маркетинг в Україні. – 2000. – №1.– С. 7.
6. Вовк В.І. Сертифікація органічного сільського господарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє / В.І. Вовк // Матеріали Міжнародного семінару „Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва і маркетингу”. – Л., 2004.– С. 3.

### References

1. Illjashenko S.M. Formuvannja rinku ekologichnih innovacij: ekonomichni osnovi upravlinnja: monografija. / S.M. Illjashenko, O.V. Prokopenko; za red. d.e.n., prof. S.M. Illjashenka. – Sumi: VTD «Universitets'ka kniga», 2002. – 250 s.
2. Mel'nik L.G. Osnovi ekologii. Ekologichna ekonomika ta upravlinnja priroдокoristuvannjam: pidruchnik / L.G. Mel'nik, M.K. Shopochka. – Sumi: VTD «Universitets'ka kniga», 2005.– 759 s.
3. Prucakova O. L. Ekologichne markuvannja bezpechnih dlja spozhivannja tovariv / O. L. Prucakova // Ekologichnij visnik.– 2004 . – №5 . – S.15-19.
4. Vichevich A.M., Ekologichnij marketing: navch. posib. / A.M. Vichevich, T.V. Vajdanich, I.I. Didovich., A.P. Didovich .– L.: UkrDLTU, 2002. – 248 s.
5. Teletov O.S. Problemi ekologichnogo marketingu / O.S. Teletov // Marketing v Ukraini. – 2000. – №1.– S. 7.
6. Vovk V.I. Sertifikacija organichnogo sil's'kogo gospodarstva v Ukraini: suchasnij stan, perspektivi, strategija na majbutne / V.I. Vovk // Materiali Mizhnarodnogo seminaru „Organichni produkti harchuvannja. Suchasni tendencii virobniictva i marketingu”. – L., 2004.– S. 3.

Рецензія/Peer review : 27.5.2014 р.

Надрукована/Printed : 11.6.2014 р.