

## ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІЄВОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

к.е.н., доц. **Сабадаш В.В.**, студентка **Червяцова О.В.**  
*Сумський державний університет (Україна)*

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку екологічний імператив відіграє суттєву роль у процедурах формування моделей виробництва й споживання, впливаючи на становлення підвалин економіко-екологічної безпеки суспільства і забезпечуючи дотримання принципів екологізації суспільного розвитку. Тому доцільним є дослідження використання методів та інструментів екологічної політики з точки зору їх економіко-екологічної ефективності та юридичної правомочності. Одним із таких ефективних інструментів є екологічне маркування продукції (послуг), який є досить поширеним у виробничій політиці й сфері споживання економічно розвинених країн. Метою екомаркування є доведення до споживачів інформації про можливий негативний вплив продукції на здоров'я кожної окремої людини та взагалі на навколишнє середовище. Реалізовується такий підхід через специфічні інформаційні й економічні механізми, які надають споживачу інформацію про продукцію, її якість і безпечність. Для цього використовуються спеціальні «екологічні знаки», які все частіше можна зустріти на упаковці продукції (відомості про склад продукту, технологію виготовлення й споживання, властивості, терміни використання, можливості рециклінгу тощо). Розміщувати повну інформую про широкий перелік показників та характеристик продукту не зручно і не доцільно, тому екологічний знак має містити тільки ключову, найнеобхіднішу інформацію про продукт. Наявність таких знаків на упаковці свідчить, що властивості продукту відповідають певному нормативному документу, який регламентує якість і безпечність продукту, і чинній процедурі присвоєння такого знаку екомаркування. Слід зазначити, що екологічне маркування – добровільний метод сертифікації відповідно до міжнародного стандарту ISO 14024 [1], однак процедура має ще неабиякий іміджевий ефект. Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) визнала три розширених типи добровільних видів екомаркування. Програма розвитку екомаркування в Україні відповідає першому типу – добровільному, що базується на різних критеріях та здійснюється третьою стороною, яка надає право використовувати маркування на продуктах, інформуючи тим самим про екологічну пріоритетність продукції в рамках відповідної групи/категорії, тобто екомаркування знаходиться на етапі становлення [1]. Головними стимулами розвитку процедур екомаркування в країні є: потреба в споживанні екологічно безпечних товарів/послуг; пріоритет екологічної складової в концепції сталого розвитку; можливості отримання додаткового економічного ефекту.

Також слід зазначити, що екомаркування – дієвий засіб запобігання екологічних конфліктів, оскільки відіграє важливу інформаційну роль в обґрунтуванні й прийнятті екологічно орієнтованих рішень.

Сьогодні в Україні за підтримки державних органів влади і ініціативи громадських та екологічних організацій розпочато діяльність програм, реалізація яких спрямована на подальше запровадження, розвиток і поширення процедур екомаркування, зокрема Всеукраїнська програма «Впровадження комплексу природоохоронних заходів підприємствами та організаціями з урахуванням вимог міжнародної та європейської систем стандартизації та сертифікації»; програма екологічного маркування, ініціаторами якої є Всеукраїнська громадська організація «Жива планета» і відповідний Комітет Верховної Ради України. Серед здобутків слід виокремити той факт, що український знак екологічного маркування «Екологічно чисто та безпечно» включено до міжнародного реєстру Глобальної Мережі Екологічного маркування (Global Ecolabelling Network) і визнано 35-ма країнами світу, у т. ч. ЄС, що в умовах глобальної конкуренції є важливим фактором підвищення конкурентоздатності продукції українських виробників на світовому ринку та ключовим

критерієм вибору для багатьох споживачів [2].

Актуальними завданнями національної економіки у сфері запровадження екомаркування на сьогодні є такі: запроваджувати дієві практичні інструменти економічного заохочення у виробничій сфері; розширення освітньо-інформаційних можливостей для підтримки екомаркування серед споживачів (населення); зростання екологічної свідомості споживачів; підвищувати якості життя населення; економічна підтримка екологічно орієнтованих виробників і споживачів; поліпшення законодавчого й юридичного супроводу процедур екомаркування, ін.

Економіко-екологічний ефект від запровадження й використання екомаркування слід очікувати у середньо- і довгостроковій перспективі за умови поступового виконання окреслених організаційно-економічних завдань спільними зусиллями виробників, споживачів, держави й громадських організацій.

1. Екомаркування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/ENVIRONMENT/ekomarkuvannya.html>. (Актуально на 27.03.2014 р.).

2. Пруцакова, О. Л. Екологічне маркування безпечних для споживання товарів / О. Л. Пруцакова // Екологічний вісник. – Всеукраїнська екологічна ліга, 10/2004 . – №5. – С. 15–19.

**Сабадаш, В.В. Екологічне маркування, як інструмент дієвої екологічної політики [Текст] / В.В. Сабадаш, О.В. Червяцова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 217-218.**