

СЕРТИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ПО ДСТУ ISO 14024-2002 «ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ ТА ДЕКЛАРАЦІЇ. ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ ТИПУ I. ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ»

Репіна Т.С., студентка; Андрієнко Н.І., асистент

Екологічна сертифікація — це функція управління в галузі охорони навколишнього природного середовища, за допомогою якої визнаний у встановленому порядку орган документально засвідчує відповідність об'єкта сертифікації (продукції, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналу) встановленим екологічним законодавством вимогам.

Актуальність впровадження системи екологічної сертифікації полягає у подальшому розвитку ринку екологічно безпечних товарів, стимулюванні раціонального використання природних ресурсів, мінімізації негативних наслідків порушення екологічної рівноваги природних систем, тобто чинить безпосередній вплив на стан ринку природних, сировинних та енергетичних ресурсів.

Мета впровадження екомаркування – повідомлення споживачу інформації, яка дозволяє обирати ту продукцію, яка здійснює найменший негативний вплив на навколишнє середовище; стимулює виробників екологічно безпечної продукції, призупинення або припинення реалізації продукції, яка не відповідає встановленим екологічним вимогам; сприяння збуту продукції з кращими екологічними характеристиками; запобігання ввезення в країну недоброякісних з екологічної точки зору іноземних товарів; оцінка відходів виробництва з точки зору екологічної безпеки та утилізації.

Для отримання знаку екологічного маркування продукції необхідно пройти процедуру сертифікації на відповідність додатковим екологічним вимогам – екологічним критеріям. Екологічна сертифікація продукції відноситься до добровільної системи і ґрунтується на встановленні додаткових вимог до всього життєвого циклу: від сировини (матеріалів) до утилізації продукту.

Переваги впровадження сертифікації систем управління відповідно до вимог національних або міжнародних стандартів:

1. підтвердження ексклюзивної якості своєї продукції з урахуванням її екологічної безпеки;
2. обґрунтоване підтвердження наявності екологічної політики на підприємстві;
3. полегшення взаємодії із компаніями-партнерами, особливо іноземними;
4. розширення ринку збуту;
5. покращення репутації підприємства, яке турбується про стан навколишнього середовища;
6. підвищення конкурентоспроможності продукції.