

Смірнова К.В., к.е.н., доц.

Одеський державний екологічний університет

ЕКОМАРКУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ

Швидкі трансформації ринкового середовища, пов'язані з інтеграцією України у світову економіку, зумовлюють необхідність вітчизняних підприємств швидко реагувати на тенденції та вимоги світового ринку. Сьогодні світова спільнота визнає екологічно безпечну продукцію як пріоритетний напрямок розвитку виробництв. Тому постає проблема для споживача відрізняти екологічно безпечну продукцію з допомогою екологічного маркування, тобто спеціальних графічних символів або тексту інформаційного характеру щодо екологічності продукції, процесу або послуги, які підтверджують відповідність товару чи послуги певним нормам безпеки для навколишнього середовища і споживача. Знак екомаркування отримую продукція/послуга, яка пройшла екологічну сертифікацію і відповідає вимогам міжнародних екологічних стандартів.

В Україні екомаркування здійснюється на двох рівнях: на національному рівні (однак статус екомаркування законодавчо не врегульований) та на міжнародному рівні (на території держави діє серія стандартів екомаркування, а саме: ISO 14020, ISO 14021, ISO 14024, ISO 14025).

Головними стимулами розвитку та впровадження екомаркування в Україні є: потреба в споживанні екологічно безпечних товарів та послуг (майже 20% населення України вважають такі продукти важливими); пріоритет екологічної складової в концепції сталого розвитку України; можливості отримання додаткового економічного ефекту.

В Україні щорічно зростає зацікавленість товаровиробників у отриманні продукцією екомаркування та кількість виданих екосертифікатів. На кінець 2014 р. національна програма з екомаркування налічувала 48 екологічних стандартів і продовжується робота по розробці та ухваленню нових; 58 компаній сертифікували свої товари та послуги; діючих сертифікатів - 90 на понад 580 найменувань продукції та послуг.

Актуальним завданнями економіки України в сфері запровадження екомаркування на сьогодні є: економічна підтримка екологічно орієнтованих виробників і споживачів; поліпшення законодавчої бази процедури екомаркування; розширення освітньо-інформаційних можливостей для підтримки екомаркування серед населення; підвищення екологічної свідомості та якості життя населення тощо.

Спільні зусилля виробників, споживачів, держави та громадських організацій в питаннях запровадження й використання екомаркування можуть надати в перспективі суттєвий соціо-економіко-екологічний ефект.