

## **ЕКОМАРКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Стратегія менеджменту при торгівлі товарами чи послугами визначається філософією маркетингу, який в свою чергу, слідує моді. Сучасний споживач робить свій вибір свідомо, і обирає не просто продукт, а хоче бути впевнений в його якості та певних властивостях.

Екологічне маркування продукції є індикатором конкурентних переваг товарів чи послуг, які пов'язані з економічним зростанням та еколого-соціальною відповідальністю в бізнесі.

Право маркуватися знаком екологічного маркування отримує виключно продукція, яка пройшла екологічну сертифікацію і відповідає вимогам міжнародних екологічних стандартів, які є значно вимогливіші ніж законодавчо встановлені норми. Знак екомаркування свідчить про гарантовану найвищу якість та безпечність маркованої продукції відносно її впливів на стан довкілля та здоров'я людини.

Використовуючи знак екологічного маркування будь-яка організація має можливість суттєво поліпшити свою конкурентоспроможність, ефективно стимулювати збут, заощаджувати на зв'язках з громадськістю та бренд-комунікаціях.

В Україні програма екомаркування впроваджується Всеукраїнською громадською організацією «Жива планета» з 2003 року - єдиним в країні органом з оцінки відповідності продуктів, товарів та послуг, визнаним на міжнародному рівні, який має багаторічний досвід у сфері екологічної сертифікації, компетентність якого підтверджена Національним агентством з акредитації України та Системою міжнародної сертифікації.

Аналіз діяльності ВГО «Жива планета» свідчить про щорічне зростання кількості виданих сертифікатів, а отже і зростання зацікавленості товаровиробників у отриманні їхньою продукцією екомаркування. Так, протягом 2010-2013 рр. було видано: у 2010 р. – 11 сертифікатів, у 2011 р. – 14, у 2012 р. – 20, у 2013 р. – 24.

На кінець 2013 р. серед вітчизняних компаній, які пройшли екосертифікацію ВГО «Жива планета» та отримали маркування «Екологічний сертифікат» є такі відомі підприємства, як: ДП УТК «Неміров»; ТОВ «Національна горілчана компанія»; ДП «Сантрейд»; торговий дім «Щедро»; ВАТ «Макаронна фабрика»; ТОВ «Бартнік»; ТОВ «Хенкель Баутехнік (Україна)»; ТОВ «Снежка-Україна»; ТОВ «Тіккуріла» та інші. Слід зазначити, що на даний час лідерами за кількістю заявок, поданих на сертифікацію, залишаються представники будівельної галузі та виробники продуктів харчування і напоїв.