

РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКУВАННЯ В ПОСИЛЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основою життєдіяльності будь-якого суспільства є безпечне природне навколишнє середовище, що залишається не лише запорукою добробуту та якості життя, але й гарантією подальшого розвитку людської цивілізації. Саме тому в сучасному світі питання збереження природного середовища набувають особливої актуальності. Поступове усвідомлення людством нових загроз, зокрема високий ступінь зосередженості шкідливих виробництв, постійне нарощування потужностей суб'єктів господарювання, високий рівень ресурсо- та енергоспоживання, відсутність сучасних екологічних технологій, повільна, але неминуча деградація генофонду населення через споживання неякісної та в більшості випадків шкідливої для здоров'я продукції (наприклад, продуктів харчування з додаванням генетично модифікованих та хімічно небезпечних домішок) примушують суспільство шукати нові підходи до соціально-економічного розвитку та природокористування. Одним із таких підходів є впровадження екологічного маркування.

Досить активний та динамічний темп життя сучасної людини, підвищення її поінформованості генерували потребу людини-споживача в продукції кращої якості, корисної для здоров'я та безпечної для навколишнього середовища. З часом чисельність прихильників еко-продукції збільшується. Саме екологічне маркування є джерелом інформації про чистоту, безпечність і якість пропонованої на ринку продукції. Як зазначають О.П. Макар та О.Ю. Гулюк, екологічне маркування – це: «ефективний інформаційний механізм, який є свого роду знаком якості».

Технічний регламент з екологічного маркування визначає екологічне маркування як: «коротко і точно сформульований напис, символ чи зображення, що наноситься на етикетку або пакування продукції чи наводиться у документації на продукцію, технічних бюлетенях, рекламних матеріалах з метою зазначення певної екологічної характеристики продукції, компонента або пакування згідно вимог екологічних критеріїв». Відповідність продукції встановленим екологічним критеріям підтверджується сертифікатом екологічного маркування, який видається органом сертифікації згідно ISO 14024 як незалежною третьою стороною.

Підприємство отримує право використовувати екологічне маркування лише на підставі екологічного сертифікату. Завдяки процедурі екологічної сертифікації можна здійснити комплексну всебічну оцінку продукції щодо її поліпшених показників безпеки та якості на усіх етапах життєвого циклу на відповідність чітко визначеним екологічним критеріям, які є значно вимогливіші ніж законодавчо встановлені норми. Безперечно, екологічне маркування продукції надає своєму виробникові конкурентну перевагу: суттєве покращення своєї конкурентоспроможності шляхом підтвердження поліпшених характеристик продукції, товарів, виробів щодо її впливів на стан навколишнього середовища та здоров'я людини згідно вимог міжнародних стандартів, хоча ціна такої продукції буде відрізнятися від середньої ціни на ринку на 20–50 %. Ця різниця – ніщо інше, як компенсація за впровадження підприємством інноваційних заходів, технологій з мінімізації впливу на навколишнє середовище в процесі виробництва продукції. Саме цей аспект і «лякає» сучасних виробників, адже будь-які екологічні заходи досить затратні для виробництва. Хоча світовий досвід наводить достатньо прикладів на противагу цій тезі.

Всі існуючі в світі екологічні маркування 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. В практичній діяльності існують ще додаткові види екологічного маркування.

Міжнародні стандарти ISO 14021, 14024, 14025 визначають вимоги до розробки добровільного екологічного маркування трьох основних типів – залежно від критеріїв та ступеня залучення в процес екологічного маркування третьої сторони: екологічне маркування I типу (власне екологічне маркування) – стандарт ISO 14024 (ДСТУ ISO 14024). Найбільш відомі знаки екологічного маркування I типу – «Європейська квітка» або «Квітка ЄС» (ЄС), «Блакитний янгол» (Німеччина), «Екологічний вибір» (Канада), «Північний лебідь» (Скандинавські країни), «Екознак» (Японія), «Зелена печатка» (США), «Зелений журавлик» (Україна). Екологічне маркування II типу (екологічна самодекларація) – стандарт ISO 14021 (ДСТУ ISO 14021). Найпоширеніші екологічні самодекларації: «здатний до розкладання», «розбірна конструкція», «продукція зі збільшеним терміном служби», «рекуперована енергія», «придатний до повторної переробки», «вміст повторно переробленого матеріалу», «знижене енергоспоживання», «знижене використання ресурсів», «знижене водоспоживання», «маловідходний». Екологічне маркування III типу (екологічна декларація) – стандарт ISO 14025 (ДСТУ ISO 14025).

Екологічне маркування продукції підвищує конкурентоспроможність продукції та надає товаровиробникам ряд переваг, а саме: підтвердження переваг продукції щодо її безпеки та якості; можливість вигідно виокремити свою продукцію і наділити її перевагами по відношенню до конкурентів; визнання продукції на світовому ринку, посилення її експортного потенціалу (у т. ч. до країн Європи), що у підсумку підвищує конкурентоспроможність підприємства; зменшення виробничих витрат за рахунок скорочення споживання енергії, води, сировини; зменшення кількості відходів за рахунок переорієнтації виробничих процесів на маловідходні технології; отримання пільг (дозволів, ліцензій, кредитів), передбачених законодавством для екологічно чистих підприємств (пільги при отриманні кредитів переважно із державних фондів ЄС; спрощення процедури для отримання кредитів); зростання обсягу продажів на фоні зростаючого споживчого попиту на екологічно чисту та безпечну продукцію та послуги;

створення та зміцнення позитивного іміджу підприємства тощо. Розвиток виробництва екологічних товарів і послуг є інноваційним та стає високорентабельним видом підприємництва.

Проте, незважаючи на досить переконливі переваги, існує ряд проблем, що істотно гальмують цей процес, зокрема велика кількість знаків екологічного маркування просто заплутує та спантеличує споживачів, які не в змозі відрізнити та виокремити чистий, безпечний товар серед решти; безліч підрвної екологічно маркованої продукції, що сьогодні пропонується на ринку (в основному через відсутність дієвих механізмів контролю), породжує недовіру споживачів товаровиробникам та рекламі; швидкі темпи інфляції та знецінення доходів громадян позбавляють їх можливості купувати високоякісну продукцію.

Таким чином екологічне маркування – це зниження негативного впливу на навколишнє природне середовище, та зменшення негативної дії на здоров'я населення. Екологічне маркування є наслідком змін в економічному середовищі, а саме: підвищення соціально-етичних вимог до продукції; зростання рівня інтегрованості виробників та обслуговуючих організацій; задоволення вимог споживачів на різноманітну продукцію; глобалізації економічного простору; різкого скорочення часу на розробку, стандартизацію і випуск продукції. Воно є кроком в бік Євроінтеграції та правового врегулювання відносин між покупцем та виробником. Екологічне маркування 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.