

І.М. Царук, к.е.н., доц.

Житомирський державний технологічний університет

Ю.Б. Шпильова, к.е.н., с.н.с.

ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України» (м. Київ)

УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ МАРКУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТОВАРІВ

Основою життєдіяльності будь-якого суспільства є безпечно 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 (високий ступінь зосередженості шкідливих виробництв; високий рівень ресурсо- та енергоспоживання; відсутність сучасних екологічних технологій; повільна, але неминуха деградація генофонду населення через споживання неякісної та в більшості випадків шкідливої для здоров'я продукції тощо) примушують суспільство шукати нові підходи до соціально-економічного розвитку та природокористування.

Одним із таких підходів є впровадження екологічного та органічного маркування. Саме маркування є джерелом інформації про чистоту, безпечність і якість пропонованої на ринку продукції; ефективним інформаційним механізмом, який є свого роду знаком якості пропонованої на ринку продукції.

Сучасна практика екологічного та органічного маркування товарів спрямована на підвищення рівня інформованості споживача і зміну моделей його купівельної поведінки до потреби охорони навколишнього середовища. Особливістю більшості систем маркування екологічно чистої та безпечної продукції є обов'язковість дотримання встановлених вимог щодо використовуваних виробниками сировинних матеріалів і технологій з огляду на їхній потенційний екологічний вплив.

Маркування екологічно чистої та безпечної продукції – це зниження негативного впливу на навколишнє природне середовище, та зменшення негативної дії на здоров'я населення. Воно 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.

Маркування – це своєрідний крок в бік Євроінтеграції та правового врегулювання відносин між покупцем (споживачем) та виробником. 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.

Ключові слова: екологічне маркування; органічне маркування; екологічне сертифікація; стандарти; еко-продукція; біо-продукція; органічна продукція; знаки екологічного маркування; знаки органічного маркування

Актуальність. 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 неминуха 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 та органічного 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. Саме екологічне та органічне маркування є джерелом інформації про чистоту, безпечність і якість пропонованої на ринку продукції.

Аналіз останніх публікацій. В науковій літературі в останні роки багато уваги приділяється питанням маркування та реалізації екологічно чистих та безпечних товарів. Зокрема, цей напрямок висвітлений в наукових розробках О.Белянова, С.Берзіної, А.Вічевич, Т.Вайданич, Т.Галушкіна, І.Дідович, Л.Мельник, Ю.Навроцького, Б.Оксентюка, П.Скрипчука, Б.Семака, В.Шевчук та ін. Основна увага науковців зосереджена на з'ясуванні понять, ознак та специфіки екомаркування, виділяючи його в якості ефективного інструменту державного управління якістю товарів, який гарантує споживачам безпеку, а виробникові – конкурентоспроможність.

Метою статті є аналіз організаційних та еколого-економічних аспектів екологічного та органічного маркування в Україні, що є інструментом формування ринку екологічно чистої продукції та одним із видів інформаційної співпраці споживачів і товаровиробників.

Викладення основного матеріалу. Маркування являє собою будь-який написаний, надрукований або графічний матеріал, що присутній на етикетці, супроводжує харчовий продукт або виставляється біля харчового продукту, у тому числі, з метою сприяння його продажу або реалізації. Це один із способів, за допомогою якого інформація про той чи інший товар доводиться до відома споживача особою, яка цей товар виготовляє. Знаки екологічного та органічного маркування в Україні мають надавати споживачам можливості вибрати більш екологічно пріоритетну продукцію, що, в свою чергу, є додатковим механізмом підтримки виробників, які поліпшують екологічні аспекти своєї діяльності та випускають продукцію з мінімальним впливом на навколишнє природне середовище та здоров'я людини. В результаті виробник отримує додаткові фінансові надходження, що зміцнюють його позиції на ринку. Така співпраця споживачів та виробників має забезпечити екологічний, економічний та інноваційний розвиток країни, як один з елементів сталого розвитку.

Використання екологічного маркування в Україні регулюється на законодавчому рівні згідно Технічного регламенту з екологічного маркування, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 18.05.2011 р. № 529 [8]. Цей акт національного права адаптовано до норм європейського права, з урахуванням Регламенту Європейського Парламенту і Ради ЄС від 25 листопада 2009 р. 66/2010/ЄС про знак екологічного маркування Європейського Союзу. Він 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» [8].

Екологічне маркування – це логічне завершення процедури сертифікації (екологічної сертифікації) продукції, оскільки ідентифікована в такий спосіб продукція та весь її життєвий цикл (включно економічний аспект) легітимно працює на користь держави; стимулює збут екологічної продукції; сприяє вивченню та формуванню попиту на екологічно безпечну продукцію, технології чи послуги; засвідчує відповідальність організації за виконання екологічних, економічних, соціальних зобов'язань на всіх рівнях; зменшує невизначеність у відносинах постачальник – споживач; сприяє розвитку міжнародної торгівлі; спонукає до процедур добровільної стандартизації і сертифікації якості продукції, в тому числі екологічної, перед затвердженням екологічного маркування [10].

Відповідність продукції встановленим екологічним критеріям підтверджується сертифікатом екологічного маркування, який видається органом сертифікації згідно з ISO 14024 як незалежною третьою стороною [16].

Згідно з чинними документами виробникам забороняється застосовувати нечітку або неправдиву інформацію, яку можна неправильно зрозуміти, а також такі неперевірені написи, як «екологічно чистий», «екологічно безпечний», «екологічно сприятливий», «сприятливий до ґрунту», «не забруднюючий», «зелений», «сприятливий до природи» та «сприятливий до озону» тощо. Надпис «Вільний від ...» дозволяється використовувати тільки тоді, якщо рівень вмісту зазначеної речовини не перевищує фоновий [8].

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, екологічно маркована продукція

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 з вимогами 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 протипагу цієї тези [1].

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) – «Екологічне маркування та декларації – Екологічне маркування типу I – Принципи та методи». Це добровільна багатокритеріальна програма третьої сторони, на підставі якої видається сертифікат і ліцензія на використання знака екологічного маркування.

Стандарт розглядає програми екологічного маркування, відповідно до якого екологічну етикетку отримує продукція, що відповідає певним вимогам. Таким чином, етикетка ідентифікує продукцію, якій віддається перевага через її екологічність у рамках певної групи однорідної продукції.

Найбільш відомі знаки екологічного маркування I типу наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Найбільш поширені знаки екологічного маркування I типу

Назва екознаку	Зовнішній вигляд	Характеристика екознаку
1	2	3
«Європейська квітка» або «Квітка ЄС» (Європейський Союз)		Знак введено у 1992 р. Він свідчить про екологічність продукту. На упаковці використовується у двох кольорах: зелений і блакитний або чорний на білому фоні. Не поширюється на харчові продукти та ліки. Цим знаком маркуються товари, що належать до небезпечних, але вони використовуються при дотриманні обмежувальних умов та в допустимих межах. Таке маркування дозволяє: а) скоротити викиди токсичних або інших забруднюючих речовин у водне середовище; б) скоротити чи уникнути ризиків для здоров'я людини або навколишнього середовища, пов'язані з використанням небезпечних речовин; в) мінімізувати відходи упаковки; г) скоротити витрати на транспорт та енергію за допомогою використання компактних засобів для прання; д) інформувати споживача про ефективність використання продукту для скорочення негативного впливу на навколишнє середовище.
«Блакитний Янгол» «Der Blaue Engel» (Німеччина)		Знак введено у 1977 р. Надається лише тим продуктам, які задовольняють жорстким критеріям захисту навколишнього середовища, виконання яких гарантує повну екологічну безпеку. На сьогодні 11700 товарів та послуг у 125 товарних категоріях мають право на використання цього знаку. Спочатку він був єдиним, але в нинішній час діє 4 його варіанти залежно від впливу продукту на оточуюче середовище та здоров'я, клімат, воду та ресурси.

Закінчення табл. 1

1	2	3
«Екологічний вибір» (Канада)		Маркується продукція і послуги, які дозволяють економити енергію і матеріали, а також дозволяють мінімізувати кількість шкідливих викидів. Знак затверджено у 1988 р. організацією «Навколишнє середовище, Канада». Ця організація створила більше ніж 300 категорій продукції для того, щоб допомогти покупцям обрати продукти або послуги, які є найменш шкідливими для оточуючого навколишнього середовища.
«Північний лебідь» або «Скандинавський лебідь» «Miljömark» (Скандинавські країни – Швеція, Норвегія, Фінляндія, Ісландія)		Означає, що товар відповідає жорстким скандинавським екологічним нормативам. Знак введений у 1990 р. Рішення про надання цього знаку приймає спеціальна міждержавна комісія. Одна із основних організацій, що підтримує цей символ, – Шведський інститут стандартів – SIS. Цей знак є своєрідним гарантом того, що умови виробництва, споживання та утилізації, що висуваються до охорони навколишнього середовища, жорстко дотримуються.
«Екознак» (Японія)		Японська асоціація по охороні навколишнього середовища (Японська Екологічна Асоціація – назва змінюється в залежності від перекладу) сертифікує продукцію та послуги відповідно до стандартів ISO 14020, ISO 14024. Цей знак допомагає споживачам обирати товари з найбільш низьким впливом на навколишнє середовище при розумному їх споживанні. Однак «Екознак» не відображає якість та безпеку продукції для людини.
«Зелена печатка» «Green Seal» (США)		Для реалізації системи екологічного маркування в США розроблено 30 стандартів, які охоплюють екомаркуванням понад 300 груп товарів і послуг. Відповідає принципам стандарту ISO 14024 та означає, що продукція чинить мінімальний вплив на навколишнє середовище та здоров'я людини.
«Листок життя» (Росія)		Російська програма екомаркування, яка була розроблена некомерційним підприємством «Санкт-Петербурзький Екологічний союз» (СПБЕС) у 2001 р. Ця система добровільної екологічної сертифікації заснована на базових вимогах міжнародного стандарту ISO 14024.
«Зелений журавлик» (Україна)		Підтверджує екологічну перевагу та безпеку маркованої продукції, що пройшла екологічну сертифікацію за вимогами міжнародного стандарту ISO 14024, та контроль за дотриманням вимог екологічних стандартів на усіх етапах її життєвого циклу. Знак зареєстровано 18 лютого 2002 р. З 1 липня 2011 р. впроваджено оновлену версію українського знаку екомаркування: надпис «Екологічно чисто і безпечно» навколо логотипу «Зелений журавлик» замінено на «Екологічний сертифікат». Під екознаком розміщено код екологічного стандарту, на відповідність якому проведена сертифікація та посилання на сайт програми екологічного маркування в Україні.

Джерело: складено авторами за [3; 5; 13–15].

Екологічне маркування II типу (екологічна самодекларація) – стандарт ISO 14021 (ДСТУ ISO 14021) – «Екологічні маркування та декларації – Екологічні самодекларації – Екологічне маркування типу II». 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/TR 14025 (ДСТУ ISO/TR 14025) – «Екологічні маркування та декларації – Екологічні декларації типу III».

Використання на підприємствах комплексу стандартів ISO 14000 передбачає кілька видів економічних ефектів, що визначаються низкою переваг та додаткових можливостей, зокрема:

- зменшенням негативного впливу на довкілля;
- створенням і зміцненням сприятливого іміджу підприємств;
- виходом на світовий ринок продукції, виготовленої з вітчизняної сировини, підвищенням її конкурентоспроможності;
- удосконаленням маркетингу і реклами з урахуванням екологічних параметрів продукції та застосовуваних технологій;
- сприятливими умовами для розвитку взаємозв'язків із діловими партнерами за кордоном і залученням додаткових інвестицій;
- основою для збільшення акціонерної вартості підприємства;
- створенням нових робочих місць;
- удосконаленням структури експорту [12, с. 36].

В Україні, як і в усьому світі, екологічне маркування продукції, незважаючи на свою добровільність, розглядається на державному рівні як складова екологічної політики та системи інтегрованого еколого-економічного управління. Контроль за маркуванням продукції на державному рівні здійснюється на підставі вимог таких Законів України як: «Про стандартизацію», «Про метрологію та метрологічну діяльність», «Про захист прав споживачів», «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності», «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та технічних регламентів: щодо екологічного маркування; правил маркування харчових продуктів щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів; з енергетичного маркування електрообладнання побутового призначення.

У країнах ЄС екомаркування врегульовано, як уже зазначалось Регламентом Європейського Парламенту і Ради ЄС від 25.11.2009 р. № 66/2010/ЄС про знак екологічного маркування Європейського Союзу. Зокрема, ще в 2014 р. ЄС прийняв нове законодавство, яке вимагає закуповувати за бюджетні кошти товари і послуги, що відповідають екологічним добровільним стандартам. Згідно з угодою про асоціацію Україна – ЄС, Україна має перейти на цю норму до 2019 року.

З 01 лютого 2016 р. у правилах використання екологічного маркування, що встановлені органом сертифікації, вводиться нова обов'язкова вимога – вказувати реєстраційний номер екологічного сертифікату. Такий підхід відповідає вимогам Технічного регламенту з екологічного маркування, (обов'язкове застосування вимог з 2014 року), а також має забезпечити здійснення належного контролю за використанням екологічного маркування та недопущення неправомірного його застосування. За номером сертифікату можна перевірити чинність екологічного сертифікату й, відповідно, правомірність застосування екологічного маркування, лише звіривши дані вказаного номеру на етикетці товару з даними Реєстру екологічно-сертифікованої продукції, який можна знайти на офіційному сайті Міністерства екології та природних ресурсів України [2].

На сьогодні в Україні всього лише 64 компанії володіють екологічними сертифікатами на продукцію 424 найменувань. На жаль, на сьогодні можна навести безліч прикладів, коли компанії та бренди навмисно надають неправдиву інформацію про товар щодо його екологічності. Таке явище має місце майже в кожній країні в різних проявах та мірі й отримало назву «*greenwashing*», тобто «зелене відмивання» [11].

Найбільш поширеними порушеннями є необґрунтовані написи на товарах (окремі виробники використовують префікси «біо» або «еко» у своїх назвах чи назвах торговельних

марок, сподіваючись, що ніхто не зацікавиться, чому це саме так); приховування шкідливих показників (наприклад, повсюди можна зустріти надпис «Без ГМО», але при цьому продукція, маркована таким знаком, може містити потенційно небезпечні штучні харчові домішки, які можуть сприяти утворенню злоякісних пухлин, але допущені в Україні до використання під час виробництва продуктів харчування і напоїв); використання незрозумілих та заплутаних тверджень (описані в загальних рисах, недостатньо конкретні екологічні твердження (наприклад «100 % натуральний продукт») можуть значною мірою вводити в оману покупців, оскільки деякі речовини натурального походження (зокрема миш'як або нітрат) можуть бути дуже шкідливими для здоров'я людини); зазначення на упаковці неправдивої інформації (зокрема, застосовуючи сертифікацію систем управління у вигляді декларації до цих знаків типу «продукція відповідає міжнародному сертифікату якості...», або «якість підтверджена міжнародним сертифікатом...», що не має прямого відношення до якості самого продукту, його складових та властивостей); екологічне маркування в теорії відносності (продукт може бути найбільш екологічно пріоритетним у своїй категорії, але все ж це вибір не на користь здоров'я чи довкілля. Сертифіковані органічні цигарки не додадуть курцю здоров'я) [4].

Не менший інтерес для суспільства має система маркування органічної продукції. Органічними вважаються такі продукти, при виробництві яких у рослинництві заборонено використовувати ядохімікати, мінеральні та хімічні добрива для боротьби з бур'янами, шкідниками й хворобами рослин, при цьому захист рослин здійснюється переважно препаратами натурального походження (фізичними та біологічними методами – ультразвук, шум, світло, температурні режими тощо), а для живлення ґрунту й рослин використовуються органічні добрива; категорично заборонене використання генетично модифікованих організмів; у тваринництві не дозволяється застосовувати стимулятори росту, гормони й антибіотики, а для лікування тварин використовуються профілактичні засоби й гомеопатичні препарати. Більшість сільськогосподарських робіт виконуються вручну, щоб не пошкодити рослини. У тваринництві особливу увагу приділяють кормам (без консервантів, стимуляторів росту та збудників апетиту). Для тварин створюють безстресові умови утримання та транспортування. Під час виробництва органічних продуктів застосовують технології, що допомагають зберегти максимум поживних речовин (для цього повністю відмовляються від ароматизаторів, барвників, консервантів, генетично модифікованих організмів, також забороняються рафінування, мінералізація продукції, які знищують поживні властивості продукту). Навіть до утилізації продукції висуваються певні вимоги, зокрема матеріали, що використовуються для пакування екологічно чистого продукту мають бути з натуральної сировини, яку можна повторно використовувати, і яка розкладатиметься, не забруднюючи навколишнє середовище.

Органічні продукти мають кращий смак порівняно з традиційними: овочі та фрукти, вирощені без антибіотиків та стимуляторів росту, містять менше води; органічна їжа містить більше вітаміну С та корисних для людини мінералів (кальцій, магній, залізо, хром), а також на 10–15 % більше фенольних сполук та антиоксидантів; молочна продукція та м'ясо містить більше жирних кислот, вітаміну А та Е.

Органічними можуть бути лише ті продукти, що вироблені відповідно до затверджених правил (стандартів), а виробництво пройшло процедуру сертифікації у встановленому порядку. При цьому органічна продукція належним чином маркується. На етикетці має бути нанесений відповідний логотип, а також інформація про відповідний орган сертифікації [17]. Упізнати органічний продукт можна за допомогою спеціального маркування – системі знаків та символів. Ця система використовується у країнах, де поняття «органіка» регулюється законодавством. Таке маркування допомагає не лише розпізнати органічну продукцію, але є гарантією якості. Органічні знаки та символи, також, контролюються державою. Використання «органічний», «еко», «біо» та інших понять, що викликають у споживача асоціацію із органікою окремо або у словосполученнях можливе лише, якщо даний продукт відповідає вимогам органічного законодавства, а його виробництво є сертифікованим як органічне. При цьому, контролюється і використання таких понять у назвах торгових марок.

В Україні з метою ідентифікації органічних продуктів харчування споживачами розроблені правила маркування й вимоги до нього, які закріплено проектом Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку і вимог до маркування органічної продукції» (опублікований на офіційному веб-сайті Мінагропроду). Згідно із запропонованим порядком, маркувати продукцію як органічну виробники можуть лише за наявності сертифікату

відповідності. При цьому саме маркування повинне складатися з державного або приватного логотипу органічної продукції, під яким вказується номер контролюючого органу, який складається з акроніму, що ідентифікує країну, в якій знаходиться сертифікований оператор; терміну, який позначає метод, що забезпечує посилання на метод органічного виробництва; код сертифікаційного органу. Також пропонується обов'язково вказувати на маркуванні органічної продукції країну походження товару, виробника й адресу потужностей виробництва, відсоток органічних інгредієнтів щодо загальної кількості складових сільгоспоходження. При цьому для маркування перероблених харчових продуктів, згідно з проектом постанови, логотип «Органічна продукція» може використовуватися лише в тому випадку, якщо не менше 95 % ваги їх інгредієнтів сільськогосподарського походження є органічним.

Наприкінці 2015 р. Міністерство аграрної політики та продовольства України затвердило державний логотип для органічної продукції (сировини) та відповідний його технічний опис (наказ № 495 від 25 грудня 2015 р.), який було презентовано на офіційній прес-конференції у лютому 2016 р. Він являє собою графічне зображення двох кіл (жовтого кольору з лівого боку і блакитного – з правого), які перетинаються, утворюючи сектор зеленого кольору у вигляді листа рослини (рис. 1).



Джерело: [7]

Рис. 1. Державний логотип для маркування органічної продукції в Україні

Європейського Союзу/Постанова Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 р. щодо органічного виробництва та маркування органічних продуктів і скасування Постанови (ЄЕС) № 2092 /91/, а також Регламенту Комісії (ЄС) № 889/2008 від 5 вересня 2008 р. «Детальні правила щодо органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження Постанови Ради (ЄС) № 834 /2007 стосовно органічного виробництва та маркування органічних продуктів». Справа у тому, що останнім часом частішали випадки, коли під виглядом органічних продуктів продаються біо-помідори, що насправді містять пестициди, або ж звичайне оливкове масло в упаковці біо-продукції. Крім того, продукти, які маркуються «біо» на 100 % такими не є.



Джерело: [7]

Рис. 2. Логотип для маркування органічної продукції в Європейському Союзі

Єврокомісія має намір змінити ряд правил, зокрема, скасувати дозволені винятки, які нині діють в органічному сільському господарстві на території ЄС. Також має бути значно зменшено використання неорганічного корму або насіння. Гранично допустимі норми забруднення пестицидами або ж ГМО так само мають бути підвищені. Продукти, вироблені за межами ЄС, мають перевірятися за європейськими нормами та мати відповідні позначки. Однак пропозиція Єврокомісії – це лише перший крок до змін. Наступні кроки мають зробити Європарламент і законодавчі органи країн-членів ЄС [9].

Висновки. Підсумувавши вищевикладене, можемо зазначити, що на сьогодні Україна має чималий досвід для того, щоб стати рівноцінним партнером в органічному секторі. Крім того,

Заступник Міністра аграрної політики та продовольства України – керівник апарату І.Гребенюк зазначила, що «Затвердження нового логотипу – це перший крок до того, щоб вся українська органічна продукція була сертифікована єдиним знаком. Таке маркування даватиме споживачам гарантію та впевненість, що продукт є органічним і відповідає вимогам всіх державних стандартів» [7].

Посилоються вимоги до органічної продукції і в країнах ЄС. Упізнати таку продукцію можна за наявністю екознаку «Євролисток» (рис. 2), який використовується на етикетках продукції, що вироблена відповідно до органічних стандартів

З метою повернення довіри споживачів, Єврокомісія має намір ввести більш жорсткі норми для виробників органіки, а для цього необхідно здійснити перегляд існуючих директив, що регулюють провадження органіки в ЄС.

В даний час в Європі виробництво органічних продуктів – це важливий сектор в сільському господарстві з оборотом в 20 млрд. євро. Тому необхідні чіткі та прозорі правила та посилення контролю за виробництвом органічної продукції. Іншими словами: там, де зверху стоїть напис «біо», «біо» має бути і всередині. З метою запобігання зловживанням,

якість та кількість українських чорноземів, стрімке зростання попиту на органічну продукцію в усьому світі – це той потенціал, який з легкістю може перетворити нашу державу на багатообіцяючу країну-виробника та експортера органічної продукції.

За останні роки виробництво органічних продуктів в Україні помітно зросло. Сьогодні кількість сертифікованих операторів органічного ринку налічує близько 300, асортимент органічного кошику – більше 100 товарів українського виробництва; у великих містах з'являються органічні ресторани та магазини, популярні торговельні мережі акцентують увагу та активно рекламують наявність на полицях органічної продукції [6].

Маркування екологічно чистої та безпечної продукції підвищує її конкурентоспроможність та надає товаровиробникам ряд переваг, а саме: підтвердження переваг продукції щодо її безпеки та якості; можливість вигідно виокремити свою продукцію і наділити її перевагами щодо 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); захищеність споживачів; скорочення витрат і часу на сертифікацію систем менеджменту якості та систем екологічного менеджменту; 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 та органічного маркування просто заплутує та спантеличує споживачів, які не мають змоги відрізнити та виокремити чистий, безпечний товар серед решти; безліч підробної 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.

Сучасна практика екологічного та органічного маркування товарів спрямована на підвищення рівня інформованості споживача та зміну моделей його купівельної поведінки до потреби охорони навколишнього середовища. Особливістю більшості систем маркування є обов'язковість дотримання визначених вимог щодо використовуваних виробниками сировинних матеріалів і технологій з огляду на їхній потенційний екологічний вплив.

Маркування екологічно чистої та безпечної продукції є наслідками змін в економічному середовищі, а саме: підвищення етичних вимог до продукції; рівня інтегрованості виробників та обслуговуючих (допоміжних, у тому числі тих, що реалізують продукцію організацій); задоволення вимог споживачів на найрізноманітнішу продукцію; глобалізації економічного простору. В Україні, за оцінками багатьох вітчизняних і зарубіжних експертів існує великий потенціал для розвитку виробництва сертифікованих екологічно чистих товарів та органічних продуктів харчування. Проте, й на сьогодні розвиток цього сектору економіки є досить низьким. Досягнення високих показників розвитку є досить примарними. Оскільки важливими для швидкого розвитку цього сектору економіки є фінансова і науково-дослідна підтримка.

Список використаної літератури:

1. *Бородкіна Н.О.* Роль екологічного маркування в посиленні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / *Н.О. Бородкіна, І.М. Царук* ; Зб. тез доповідей Всеукр. науково-практ.і on-line конф. аспірантів, молодих учених та студ., присвяченої Дню науки (м. Житомир, 13 травня 2016 р.). – Житомир : ЖДТУ, 2016. – Т. II. – 424 с. – С. 229–230.
2. Впроваджено обов'язкову вимогу: при екологічному маркуванні – вказувати реєстраційний номер екологічного сертифікату [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ecolabel.org.ua/novini/545-new.html>.

3. Галик І. Зарубіжний досвід екомаркування товарів // І.Галик, Б.Семак // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 159–164.
4. Екологічне маркування: теорія омани по-українськи ; Organic.ua 11–12 (21) 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://organic.ua/uk/2011/21>.
5. Знаки екологической маркировки [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukragroconsult.com/partnerstvo/spravochnik/poleznaya-informaciya-po-miru/znaki-ekologicheskoi-markirovki>.
6. Малькова Т. Державний логотип для маркування органічної продукції – українське стає відомим / Т.Малькова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://organicinfo.ua>.
7. Мінагрополітики презентувало державний логотип для органічної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248812469.
8. Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування: Постанова КМУ від 18.05.2011 р. № 529 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/529-2011-%D0%BF>.
9. Розроблені правила для маркування органічної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2534%3A2014-04-11-06-13-46&catid=1%3ALatest-news&Itemid=18&lang=uk.
10. Сринчук П.М. Інновації екологічного маркетингу: розробка критеріїв екологічного маркування, державний та комерційний інтерес / П.М. Сринчук, Н.В. Боровець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 2. – С. 148–152.
11. Створено незалежну експертну комісію з розгляду фактів застосування суб'єктами господарювання некоректних (сумнівних) екологічних та органічних маркувань чи тверджень відносно товарів чи послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zhiva-planeta.org.ua/novuny/402-new.html>.
12. Шкуратов О.І. Організаційно-економічний механізм екологічної безпеки в аграрному секторі економіки / О.І. Шкуратов, О.І. Ковалів // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 2. – С. 34–37.
13. Экологическая маркировка: «Голубой Ангел» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://roscontrol.com/prodject/article/ekologicheskaya-markirovka-goluboy-angel>.
14. Экологическая маркировка: «Экознак» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://roscontrol.com/prodject/article/ekologicheskaya-markirovka-eko-znak>.
15. Экологическая маркировка: Euro-Flower [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rektis.com.ua/index.php/certifications/21-sertifikaty/97-euro-flower>.
16. ISO 14024 (ДСТУ 14024) / (Національний стандарт України) // Екологічне маркування та декларації. Екологічне маркування типу І. Принципи та методи (ISO 14024:1999, IDT). – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – IV, 10 с.
17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-48>.

References:

1. Borodkina N.O., Tsaruk I.M. (2016), «Rol' ekologichnogo markuvannya v pocyenni konkurentospromozhnosti vitchyznyanyh pidpryyemstv», Zbirnyk tez dopovidej Vseukrajins'koji naukovo-praktychnoji on-line konferentsiji aspirantiv, molodyh uchenyh ta studentiv, prysvyachenoji Dnyu nauky (m. Zhitomyr, 13 travnya 2016 r.), Zhitomyr, pp. 229–230, Ukraine.
2. «Vprovadzhenno obov'yazkovu vymogy: pry ekologichnomu markuvanni – vказuvaty reyestratsijnij nomer ekologichnogo sertyficatu», available at: <http://www.ecolabel.org.ua/novini/545-new.html>
3. Galyk I, Semak B., (2008), «Zarubizhnyj dosvid ekomarkuvannya tovariv», Tovary i Rynki, vol. 1, pp. 159–164.
4. «Ekologichne markuvannya: teoriya omany po-ukrajnski», (2011), available at: <http://organic.ua/uk/2011/21>

5. «Znaki ekologicheskoy markirovki», available at: <http://www.ukragroconsult.com/partnerstvo/spravochnik/poleznaya-informaciya-pomiru/znaki-ekologicheskoi-markirovki>
6. Mal'kova T. «Derzhavnyj logotip dlya organichnoji produkciji – ukrajins'ke staye vidomym», available at: <http://organicinfo.ua>
7. «Minagropolityky prezentovalo derzhavnyj logotype dlya organichnoji produkciji», available at: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248812469
8. «Pro zatverdzenya Tehnichnogo reglamentu z ekologichnogo markuvannya»: Postanova KМУ vid 18.05.2011 №529, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/529-2011-%D0%BF>
9. «Rozrobleni pravyla dlya markuvannya organichnoji produkciji», available at: http://www.csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2534%3A2014-04-11-06-13-46&catid=1%3Alatest-news&Itemid=18&lang=uk
10. Skrypchuk P.M., Borovets' N.V., (2011), «Innovatsiji ekologichnogo marketyngu: rozrobka kryterijiv ekologichnogo markuvannya, derzhavnyj ta komertsijnyj interes», Visnyk Khmel'nytskogo natsional'nogo universytetu, vol.6, pp.148–152.
11. «Stvoreno nezalezhu ekspertyzu komisiyu z rozglyadu phaktiv zastosuvannya sub'yektamy gospodaryuvannya nekorektnyh (sumnivnykh) ekologichnykh ta organichnykh markuvan'chy tverdzen' vidnosno tovariv chu poslug» available at: <http://www.zhiva-planeta.org.ua/novuny/402-new.html>
12. Shkuratov O.I., Kovaliv O.I., (2012), «Organizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm ekologichnoj bezpeky v agrarnomu sektori ekonomiky», Stalyj rozvytok ekomomiky, vol.2, pp. 34–37.
13. «Ekologicheskaya markirovka: «Goluboy Angel», available at: <http://roscontrol.com/prodject/article/ekologicheskaya-markirovka-goluboy-angel>
14. «Ekologicheskaya markirovka: «Ekoznak», available at: <http://roscontrol.com/prodject/article/ekologicheskaya-markirovka-eko-znak>
15. «Ekologicheskaya markirovka: «Euro-Flauer», available at: <http://rektis.com.ua/index.php/certifications/21-sertifikaty/97-euro-flower>
16. ISO 14024 (DSTU 14024), Ekologichne markuvannya ta deklaratsji. Ekologichne markuvannya typu I, Pryntsipy ta metody (ISO 14024:1999, IDI), Derzhspozhivstandart Ukrainy, Kyjv, IV, 10 p.
17. available at: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-48>

ЦАРУК Ірина Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту організацій та адміністрування Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- регіональний розвиток;
- маркетингові дослідження;
- захист прав споживачів.

Тел.: (067) 424-04-36.

E-mail: irinatsaruk@rambler.ru.

ШПИЛЬОВА Юлія Борисівна – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу суспільних проблем сталого розвитку, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України» (м. Київ).

Наукові інтереси:

- сталий регіональний розвиток;
- соціальна сфера;
- торгівля;
- роздрібна торгівля;
- споживчий ринок;
- споживча політика.

Тел.: (098) 513-49-72.

E-mail: shpuleva_y@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 23.09.2016.