



УДК 655.006.063

РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Студ. Д. Р. Левицька, гр. МгЗЯС-18

Науковий керівник ас. А. О. Михалко

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета – проаналізувати існуючі методи та підходи до екологічного маркування України. Завдання – вибрати та обґрунтувати вимоги, які доцільно застосовувати для екологічного маркування.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт дослідження - аналіз принципів і підходів щодо екологічного маркування. Предмет дослідження - екологічне маркування, нормативні документи.

Результати дослідження. Сьогодні для підвищення конкурентоспроможності продукції одним із шляхів є екологічне маркування.

Екологічне маркування – це комплекс відомостей екологічного характеру щодо продукції, процесу чи послуги у вигляді тексту, окремих графічних, кольорових символів (умовних позначень) та їх комбінацій. Він наноситься в залежності від конкретних умов безпосередньо на виріб, упаковку (тару), ярлик, етикетку чи в супровідну документацію. Метою екологічного маркування – повідомлення споживачу інформації, яка дозволяє обирати ту продукцію, яка приносить найменший негативний вплив на навколишнє середовище і є безпечною для споживача. Таким чином основним критерієм екологічності продукції є оцінка впливу на навколишнє середовище на всіх стадіях (етапах) життєвого циклу продукції.

Для того щоб отримати екомаркування підприємство повинно не тільки сплатити проведення експертизи для оцінки екологічної безпеки продукції, життєвого циклу її виробництва, але й впроваджувати та розвивати нові технології, які підтримують та підвищують рівень екологічної безпеки продукції. Безумовно, такі дії підприємства вимагають постійних серйозних фінансових вкладень, що пояснює велику собівартість продукції, що має екомаркування в порівнянні з аналогічною не сертифікованою продукцією. В той же час виникає питання: «що отримує виробник, який здійснив екологічне маркування власної продукції»? Відповідь є очевидною: по-перше, підтвердження ексклюзивної якості своєї продукції з урахуванням її екологічної безпеки; по-друге, обґрунтоване підтвердження наявності екологічної політики на підприємстві; по-третє, полегшення взаємодії із компаніями-партнерами, особливо іноземними (деякі західні компанії можуть просто відмовитись працювати з продукцією, якщо вона не пройшла екологічну сертифікацію); по-четверте, підвищення продажів (за рахунок підвищення попиту покупців на продукцію); по-п'яте, репутацію підприємства, яке турбується про стан навколишнього середовища; і в заключення - підвищення конкурентоспроможності продукції.

В залежності від інформації, яку несе екологічне маркування, існує 3 основні типи: інформація про екологічність продукції загалом, яка враховує увесь життєвий цикл її виробництва; інформація про екологічність окремих властивостей продукції; інформація для ідентифікації натуральних продуктів харчування (органічне виробництво).

Висновки. В ході досліджень доведено, що екологічного маркування є індикатором екологічної безпеки продукції, та безпеки навколишнього середовища.

Ключові слова: екологічне маркування, маркування продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про захист прав споживачів» В редакції Закону 3161-IV(161-15) від 01.12.2005, ВВР, 2006, № 7, 84 с. // Голос України від 13.01.2006. - № 6.

2. ДСТУ 14024 – 2002 Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи та методи (ISO 14024:1999, IDT)