

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ: ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

асп. Кошевець В. В.

В останні роки спостерігається зростання інтересу виробників до випуску екологічно чистої продукції. Це пов'язано, в першу чергу, з погіршенням екологічної ситуації в Україні та в світі загалом та зі зростання екологічного попиту. На думку багатьох вчених в Україні екологічні продукти розглядаються лише як засіб вирішення екологічних проблем, що дискредитує поняття «екологічні товари».

Існують різні точки зору на поняття «екологічність продукції». З одного боку екологічність продукції є екологічною метою діяльності підприємства. Рамки діяльності з випуску екологічних товарів встановлено Правилами обов'язкової сертифікації послуг харчування Згідно з Правилами під екологічністю продукції розуміється «комплекс властивостей продукції, послуг, при яких чиниться дія на навколишнє природне середовище, не піддаючи його ризику» [3]. Тарасова В.В. та Малиновський А.С. вважають, що екологічність продукції є критерієм якості продукції в галузі охорони навколишнього середовища [4].

З іншої точки зору згадування про екологічність продукції в рекламі збільшує увагу покупців до продукції та підвищує їх лояльність. Однак продукція вважається екологічною, якщо вона відповідає ряду критеріїв та за умови, що процес її виробництва також є екологічно чистим, тобто деструктивно не впливає на навколишнє середовище. Екологічна продукція має спеціальне маркування.

Процес екологічного маркування продукції здійснюється на основі рекомендацій Європейської економічної комісії ООН про декларування екологічних характеристик продукції та вимагає відповідного інформаційного наповнення. До нього відносять: інформацію про продукт, його характеристики, сферу застосування, матеріали, які було використано в процесі виробництва; інформацію про екологічну політику підприємства, про викиди та скиди, про транспортування продукції та її утилізацію.

Продукція є екологічно чистою, якщо вона виготовлена лише з натуральної сировини, якщо у виробничому процесі використовуються нешкідливі речовини, якщо зменшується шкідливість виробництва за рахунок модернізації обладнання.

З метою покращення екологічності продукції підприємство повинне здійснювати постійний контроль за впливом продукції на навколишнє середовище на всіх стадіях її життєвого циклу, починаючи від поставок сировини і закінчуючи утилізацією продукції або її повторним використанням у виробничому процесі.

Процес виробництва продукції можна поділити на три етапи: «вхід» сировини, енергоносіїв та комплектуючих у виробничу систему; процес переробки сировини; «вихід» готової продукції, відходів, викидів та скидів речовин у навколишнє середовище. До кожного з етапів слід застосовувати ряд вимог, на основі виконання яких можна буде говорити, що дана продукція є екологічною.

На етапі «входу» сировини, енергоносіїв та комплектуючих у виробничу систему слід аналізувати номенклатуру сировини; витрати сировини на одиницю продукції; наявність шкідливих і токсичних речовин; витрати енергоносіїв; заходи щодо енергозбереження.

На етапі переробки сировини постають питання, пов'язані з правильною організацією виробничого процесу. Тому необхідно постійно слідкувати за рівнем аварійності виробництва, станом техніки безпеки, рівнем шкідливості виробництва, перевіряти відповідність виробничого процесу технологічним нормативам. Даний етап є найбільш важливим, оскільки саме від його організації залежить вплив виробництва на навколишнє середовище, тому йому слід приділяти найбільшу увагу.

В результаті процесу переробки сировини отримуємо «виходи» готової продукції, відходів, викидів та скидів речовин у навколишнє середовище. Даний етап залежить від двох попередніх, тому вся діяльність з екологізації продукції має здійснюватися на етапах «входу» та переробки сировини, а на етапі «виходу» доцільно аналізувати склад та об'єми викидів та скидів, склад та об'єми твердих відходів, ступінь переробки відходів.

Покращення екологічних характеристик продукції є тривалим процесом та передбачає значні фінансові витрати, проте в довгостроковій перспективі підприємство отримає лояльність і споживачів і співробітників і, як наслідок, зростання лояльності інвесторів та акціонерів.

1 Данилишин, Б. М. Економіка природокористування: підручник / Б. М. Данилишин, М. А. Хвесик, В. А. Голян. — К.: Кондор, 2009. — 465 с.

2 Екологічне управління: Підручник / В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський та ін. К.: Либідь, 2004. — 432 с.

3 Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування – Електронний ресурс.-Режим доступу//http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ed_1999_01_27/an/33/REG3528.html#33

4 Тарасова В.В., Малиновський А.С., Рибак М.Ф. Т 19 Метрологія, стандартизація і сертифікація. Підручник /В.В. Тарасова, А.С. Малиновський, М.Ф. Рибак. – К.: Центр навчальної літератури. – 2006. – 264с.