

Экологическая маркировка как инструмент перехода к устойчивому развитию



А. Н. Казанцева,
аспирантка
anna.kazantseva87@mail.ru



О. И. Маликова,
д. э. н., профессор
malikovaol@gmail.com

**Кафедра экономики природопользования экономического факультета
МГУ им. М. В. Ломоносова**

В статье авторами рассматриваются виды экологической маркировки, значение экологической маркировки как инструмента перехода к устойчивому развитию. В результате исследования были выявлены наиболее успешные практики внедрения экологической маркировки. Проанализирована структура распределения экологической маркировки по видам товаров в Европе, США и Японии.

Ключевые слова: экологическая маркировка, устойчивое развитие, экологически чистые товары и услуги.

В условиях высокого уровня насыщенности товарных рынков и ухудшения состояния окружающей среды одним из важнейших факторов конкурентоспособности товара на внутреннем и мировом рынках является соответствие высоким экологическим требованиям. Ряд стран активно стремится не допускать на рынок продукцию, которая на каком-либо этапе своего жизненного цикла нанесла вред окружающей среде, внедряются различные законодательные и природоохранные акты, способствующие недопущению неэкологичной продукции на рынок. Система мероприятий, признанных большинством промышленно развитых стран мира, включая Россию, предусматривает информирование населения непосредственно на упаковке продукции об ее экологических свойствах. В этом заключается суть системы экологической маркировки. Система экологической маркировки стимулирует изменение структуры потребительского спроса в пользу приобретения экологических товаров и через изменение потребительских предпочтений способствует переходу к модели устойчивого развития.

Экологическая маркировка выступает в качестве инструмента информирования потребителей об экологических особенностях продукции, процессов ее разработки, производства и использования. Прежде всего, экомаркировка призвана указать на наличие

фактора экологичности того или иного продукта, а не на фактор безопасности или качества, хотя эти аспекты также принимаются во внимание в процессе анализа товара.

Впервые использование экомаркировки на международном уровне было предложено на проходившей в 1992 г. в Рио-де-Жанейро Всемирной конференции ООН по окружающей среде и развитию. В главном документе, принятом на конференции, «Повестке дня на XXI век» (гл. 4, §21) говорилось, что правительствам стран в сотрудничестве с промышленным сектором необходимо способствовать развитию и поощрению расширения информационных программ, целью которых является введение и распространение экологической маркировки товаров и услуг, содействовать распространению информации, указывающей на экологические характеристики продукции для создания у покупателя возможности выбора между экологически чистой продукцией и аналогичной продукцией, не обладающей экологическими свойствами [1].

В настоящее время экологическая маркировка приобретает все большее распространение в контексте расширения масштабов международной торговли. Развитие системы экомаркировки выдвигается в качестве одного из приоритетов в повестке дня в Комитете по торговле и окружающей среде Всемирной торговой организации (The WTO Committee on Trade and

Environment). Положительно оценивает роль экологической маркировки и Всемирный банк (The World Bank). Развитие экомаркировки было включено в программу поддержки экологических и социальных работ Всемирного банка [2].

Развитие системы экологической маркировки связано с возрастающим интересом к защите и сохранению окружающей среды, переходу к модели устойчивого развития. Развитие экологической маркировки является частью стратегии устойчивого производства и потребления, главной задачей которой является снижение негативного воздействия на окружающую среду, поддержание здоровья населения, забота о климате и рациональное использование природных ресурсов. Экомаркировка предназначена для содействия развитию тех продуктов, которые имеют высокий уровень экологической эффективности за счет использования экологически чистых ингредиентов. Данные опроса граждан из 26 стран показывают, что 86% опрошенных обеспокоены глобальным изменением климата, 71% склонны покупать товары местных производителей, а 50% потребителей отдадут предпочтение экологически чистой продукции [5].

Целью экологической маркировки является продвижение товаров, способствующих сохранению и защите окружающей среды. Не менее важным является ориентация производителей на разработку и внедрение экоинноваций для производства экологически чистой продукции.

По данным опроса Евробарометра в 2014 г. 95% европейцев считали важной для себя проблему защиты окружающей среды, 75% опрошенных были готовы купить экологически чистые продукты, даже в случае установления на них более высокой цены [5]. Тем не менее, большое разнообразие экологических маркировок может запутать потребителя. По данным Евробарометра на 2011 г. 50% из 500 млн потребителей не доверяли экологическим маркировкам, а 30% из них смущала сама формулировка определения экологически чистой продукции. Доверие могут вызвать экомаркировки, которые основаны на комплексе стандартов, разработанных с помощью экспертов при сотрудничестве со всеми заинтересованными сторонами, а также проходящие анализ и оценку у независимых организаций [4].

Исходя из этого, критерии отбора продукции, обладающей экомаркировкой, должны соответствовать лучшим экологическим показателям. Эти критерии должны быть простыми для понимания и легко применимыми в использовании, должны быть основаны на научных данных с учетом новейших технологических разработок. Эти критерии должны быть ориентированы на рынок и включать в себя анализ продукции на всех этапах ее жизненного цикла, то есть данные критерии не ограничены лишь характеристиками самого продукта и носят комплексный характер. В связи с постоянным обновлением методов производства, критерии должны регулярно пересматриваться и при необходимости могут вноситься изменения и дополнения к уже существующим требованиям, которые, как правило, устанавливаются на период до 2-3 лет [6]. Использование экологической маркировки направлено на

замену опасных веществ более безопасными там, где это технически возможно.

Способствовать расширению использования экологически чистых продуктов может снижение стоимости использования экомаркировки. Критерии экомаркировки определяются с учетом анализа всего жизненного цикла продукции. При определении таких критериев должны рассматриваться следующие факторы:

- наиболее значимые экологические последствия, в частности влияние на изменение климата, воздействие на окружающую природную среду и биоразнообразие, потребление энергии и ресурсов, образование отходов, выбросов в окружающую среду;
- замена опасных веществ более безопасными, либо через использование экологически безопасных аналогов материалов там, где это технически возможно;
- использование более долговечной продукции и внедрение практики вторичной переработки для снижения негативного воздействия на окружающую среду;
- использование принципа отхода от практики тестирования на животных.

Экомаркировка не может быть присуждена товару, содержащему вещества или препараты, классифицируемые как токсичные, опасные для окружающей среды, канцерогенные, мутагенные [3].

На практике получить данные о воздействии на рынок товаров, имеющих экологическую маркировку, весьма затруднительно. Часто такие данные являются коммерческой тайной компании.

Вместе с тем, значительный вклад в рост осведомленности потребителей об экологически безопасной продукции внесли некоммерческие правительственные организации и СМИ (например, Шведское общество охраны природы, специализированная пресса в Германии). В некоторых случаях развитие экомаркировки оказало значительное влияние на рынок конкретных категорий товаров, например, моющих средств.

Экомаркировка сыграла положительную роль и в развитии экологических государственных закупок. Отмечается положительное влияние таких экомаркировок как:

- канадская экомаркировка «Экологический выбор» (Environmental Choice), которая принадлежит государству и в настоящее время начались работы по подготовке к разработке стандартов для экологической сертификации услуг;
- японская экологическая программа «Экознак» (Eco-Mark);
- американская «Зеленая печать» (Green Seal).

В настоящее время существует три типа экологических маркировок.

1. Тип I (экологическая маркировка) — является добровольной, основывается на нескольких критериях: программа оценки третьей стороной, которая выдает лицензию на использование экологической маркировки на продуктах, исходя из анализа их жизненного цикла. Данный вид экологический

маркировки наиболее востребован и жестко контролируется.

2. Тип II (экологическая самодекларация) — экологическое заявление продавца, сделанное без сертификации независимой третьей стороны. Имеет минимальные требования к проверке.
3. Тип III (экологическая декларация) — добровольная программа, в ходе которой независимый орган или отрасль экономики разрабатывает требования, основанные на оценке жизненного цикла продукции, определяет формы участия независимых третьих сторон, устанавливает параметры для экологической декларации типа III и служит для сравнения продукции разных категорий.

Исходя из этого, существует четыре стандарта экологической маркировки ISO (ИСО):

- ISO 14020 — Экологические этикетки и декларации. Основные принципы.
- ISO 14021 — Этикетки и декларации экологические. Самодекларируемые экологические заявления (экологическая маркировка по типу II).
- ISO 14024 — Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа 1. Принципы и процедуры.
- ISO 14025 — Этикетки и декларации экологические. Экологические декларации типа III. Принципы и процедуры.

Наибольшим доверием среди покупателей пользуется экомаркировка типа I. Это экологические этикетки, присуждаемые продукции после анализа всего жизненного цикла.

В 1994 г. была основана Глобальная сеть экомаркировок (Global ecolabelling network GEN), которая занимается развитием направления экомаркировки типа I. В настоящее время в нее входит 24 участника. Целью организации является улучшение, поощрение и развитие рынка продуктов и услуг, которые соответствуют данному типу экомаркировки. До 2001 г. Глобальная сеть экомаркировок выполняла роль форума для обмена информацией и сотрудничества среди ее членов. Впоследствии функции GEN расширились, началась поддержка международного сотрудничества по вопросам экологической маркировки, разработка принципов

по взаимному признанию стандартов экомаркировки и развитие двусторонней или региональной базы. Сама GEN не разрабатывает стандарты и не сертифицирует продукцию. Ее деятельность направлена на поддержку программы экомаркировки ее членов.

На данный момент в Европейском союзе наиболее широко распространены два типа экомаркировок:

- Экологическая маркировка Европейского союза — «Европейских цветков». Этот знак помогает идентифицировать продукцию и услуги, которые имеют сниженное воздействие на окружающую среду на протяжении всего жизненного цикла от добычи сырья до производства, использования и утилизации. Критерии для европейской экологической маркировки «Европейский цветок» были разработаны и согласованы учеными, некоммерческими правительственными организациями и другими заинтересованными сторонами. Основная цель европейской экологической маркировки — стимулировать хозяйствующих субъектов к принятию экологически ответственных решений относительно выбора тех или иных продуктов. На всех этапах жизненного цикла от добычи сырья и производства, упаковки, распределения и утилизации продукция, маркированная экомаркой «Европейский цветок», подвергается оценке независимых экспертов на предмет степени воздействия на окружающую среду. Схема является добровольной, но многие компании в Европе уже присоединились к ней. Структура распределения экологической маркировки по видам товаров представлена на рис. 1.
- Экомаркировка скандинавских стран «Северный лебедь» (Nordic Ecolabel). С 1989 г. «Северный лебедь» является официальной экомаркировкой скандинавских стран (Норвегия, Швеция, Финляндия и Исландия). С 1998 г. к программе присоединилась Дания. Данная схема экомаркировки первоначально была разработана для различных типов моющих средств и бумажных изделий. Наряду с этим были разработаны национальные программы экомаркировки, такие как:
 - «Голубой ангел» (Blauer Engel) в Германии, которая включает в себя 120 стандартов и 12000 сер-

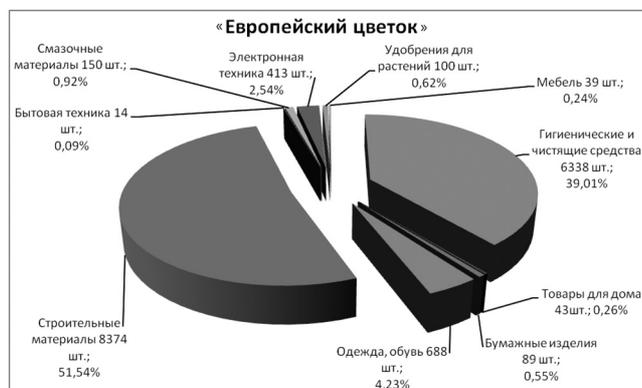


Рис. 1. Распределение экологической маркировки «Европейский цветок» по видам товаров в числовом и процентном соотношении
Составлено на основе данных [8]

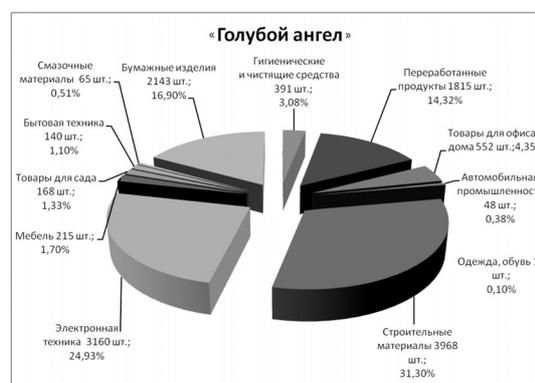


Рис. 2. Распределение экологической маркировки по видам товаров в Германии в числовом и процентном соотношении
Составлено на основе данных [9]

тифицированных продуктов. На данный момент 37% немцев отдают свое предпочтение продукции с экомаркировкой «Голубой ангел» (рис. 2). Программа включает в себя требования, связанные с оценкой экологических последствий, возникающих в процессе производства товаров (например, выбросы в атмосферу, сбросы в водные объекты) и распространяется на широкий круг.

- Национальная программа экологической маркировки в Чехии с более чем 400 сертифицированных продуктов.
- Израильская «Зеленая маркировка» (Green Label) с более чем 70 видами сертифицированных продуктов и 100 стандартов.
- «Зеленый листок» в России с более чем 100 сертифицированными продуктами.
- Шведское общество охраны окружающей среды (The Swedish Society for Nature Conservation) с более чем 700 видами сертифицированной продукции и сертификатами качества с более чем 4500 сертифицированных товаров.

За пределами Европы экологическая маркировка также нашла широкое распространение. Наиболее популярными являются:

- Китайская национальная программа. Разработано свыше 97 стандартов по экомаркировке для более чем 50000 продуктов. Данная маркировка соответствует типу I.
- Японская экологическая маркировка «Экознак» (EcoMark) включает в себя стандарты для 56 видов продуктов и сертификаты для уже выданных 5200 видов товаров. Данная маркировка соответствует типу I. Программа имеет развитую систему экомаркировки продукции, способствующую снижению вреда, наносимого в результате производственной деятельности окружающей среде и способствует безопасной утилизации отходов. Программа поощряет использование переработанных продуктов и ограничение потребления невозобновляемых ресурсов. Экомаркировка была создана в качестве поддержки развития экологически чистого направления в текстиле, в том числе изделий из переработанных материалов.
- Корейская программа экомаркировки включает в себя 150 стандартов для более чем 10000 видов продуктов. Данная маркировка соответствует типу I.
- Североамериканская маркировка типа I – «Зеленая печать» (Green Seal). В соответствии с программой разработано 32 стандарта. Награждены экомаркировкой свыше 3800 видов товаров. Экомаркировка была создана в качестве поддержки развития экологически чистого направления в текстиле.
- Канадская экологическая программа включает в себя 76 критериев и распространяется более чем на 10000 видов продукции. Программа имеет развитую систему экомаркировки продукции, способствующую снижению вреда для окружающей среды и безопасной утилизации.

Для компании-производителя или продавца продукции наличие экомаркировки на товаре может продемонстрировать, что продукт соответствует строгим

критериям экологичности, производство продукции контролировалось независимой третьей стороной, а качество продукции признано во всех странах Европейского союза, что благоприятно влияет на репутацию компании, доказывая ее ответственность перед окружающей средой.

Товары, получающие экологическую маркировку, проходят жесткую многоступенчатую проверку. Основными этапами сертификации являются:

1. Проверка соответствия предлагаемого товара критериям присуждения экомаркировки. Для этого представители компании, заинтересованной в присуждении экологической маркировки, знакомятся со списком уже установленных групп товаров. Подать заявку могут производители, импортеры и поставщики услуг.
2. После ознакомления со списком продуктов, попадающих под экомаркировку, необходимо обратиться в компетентный орган (например, в Австрии это Федеральное министерство окружающей среды (Bundesministerium für Umwelt)), который будет оценивать товар по критериям соответствия и обеспечивать полной информационной поддержкой на этапе оценки.
3. Заявку необходимо подать в электронном виде на интерактивном ресурсе Программы европейской экомаркировки.
4. Для рассмотрения заявки о соответствии заявляемого продукта критериям экомаркировки необходимо предоставить составленную декларацию, документы, паспорт товара и результаты испытания.
5. После подачи заявки в электронном виде необходимо обратиться в компетентный орган с письменным экземпляром заявки. В течение двух месяцев компетентный орган проводит анализ соответствия товара установленным критериям. Помимо предоставления документов необходимо уплатить взнос: для малого бизнеса единовременный взнос составляет 200-350 евро, а годовая оплата составит 18750 евро; для среднего бизнеса и фирм из развивающихся стран единовременный взнос составляет 200-600 евро, годовая оплата 18750 евро; все остальные компании платят единовременный взнос в размере 200-2000 евро при годовой оплате в размере 25000 евро.
6. В случае соответствия продукта требуемым критериям компетентный орган присуждает продукту экологическую маркировку и заключает с компанией договор. Для контроля за последующим соблюдением соответствия критериям экомаркировки компетентный орган проводит тестовые проверки продукции. Результаты таких проверок вносятся в соответствующий журнал, который должен предоставляться по первому требованию. В случае выявления факта несоответствия продукции, обладающей знаком экологической маркировки установленным требованиям, компетентный орган может запретить использование экомаркировки [7].

Строгие критерии отбора означают, что схема является селективной: в каждой группе находятся только

те товары, которые обладают самой низкой степенью воздействия на окружающую среду в течение своего жизненного цикла.

В Российской Федерации экологическая маркировка тоже получила определенное распространение. Правда, к сожалению, пока нельзя говорить о широком распространении и значительной популярности эко-маркировки в России.

Несмотря на то, что в России экологическая маркировка лишь начала свое развитие, уже сейчас существует большое количество правовых актов, затрагивающих вопрос о необходимости повышения качества производства продукции: нормативные акты в области защиты прав потребителей, охраны окружающей среды, сертификации, стандартизации и рекламы, а также государственные стандарты и знак соответствия Госстандарта РФ. Изменения рыночной конъюнктуры, возросшие требования к качеству продукции, необратимые отрицательные изменения в окружающей среде выдвигают на первый план учет именно экологических параметров и подтверждения безопасности продукции с помощью системы экологической маркировки. В перспективе развитие системы экологической маркировки может способствовать переходу Российской Федерации к модели устойчивого развития.

Список использованных источников

1. A. Basu, N. Chau, U. Grote. Eco-Labeling and Stages of Development//Review of Development Economics, Vol. 7, 2003. P. 228-247.
2. A. Kulsum. Getting to green: a sourcebook of pollution management policy tools for growth and competitiveness. Washington, DC: World Bank, 2012.
3. Eco-labelling: Actual effects of selected programmes. OECD, 1997.
4. Special Eurobarometer 365 Attitudes of European citizens towards the environment Provisional summary, 2011.
5. Special Eurobarometer 416 Attitudes of European citizens towards the environment, 2014.
6. Экологический союз Санкт-Петербурга. <http://ecounion.ru>.
7. Данные Европейской комиссии. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-512_en.htm.
8. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel>.
9. <https://www.blauer-engel.de>.

Eco-labelling as an instrument of transition to sustainable development

A. N. Kazantseva, postgraduate student.

O. I. Malikova, doctor of economics sciences, professor

(Natural Resources Use Economy Department, Lomonosov Moscow State University, Russia, Moscow)

In this work the authors examines eco-labeling, the value of eco-labeling as a tool for transition to sustainable development. The study identified the most successful introduction of eco-labeling practices. The structure of the distribution of eco-labeling by type of goods in Europe, USA and Japan.

Keywords: eco-labeling, sustainable development, eco-friendly goods and services.

Российско-Китайский деловой форум малого и среднего бизнеса-2016

Место проведения: г. Сочи, Главный медиацентр.

Время проведения: 30–31 мая 2016 г.

Миссия форума: развитие действующей на постоянной основе площадки прямых контактов представителей бизнес-кругов РФ и КНР и организаций, вовлеченных в формирование благоприятной деловой среды, а также создание позитивных условий для развития сотрудничества малого и среднего бизнеса двух стран, включая практические инструменты и механизмы взаимодействия, презентация инвестиционных проектов.

Организаторы с российской стороны: Российско-Китайский комитет дружбы, мира и развития, Российско-Китайский деловой совет, Союз инновационно-технологических центров России, Центр координации поддержки экспорта Краснодарского края.

При поддержке Министерства экономического развития Российской Федерации.

Участники Форума:

- представители органов исполнительной и законодательной власти федерального и регионального уровней РФ и КНР;
- представители институтов развития, финансовых институтов РФ и КНР;
- представители общественных организаций и объединений, научных и учебных организаций РФ и КНР;
- представители малого и среднего бизнеса РФ и КНР;
- представители инвестиционных и венчурных фондов РФ и КНР.

Подробности: <http://russia-china-forum.ru>.