

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-42>

УДК 658.626

ДОНЧАК Леся

Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-1764-872X>

e-mail: lesiadonchak@gmail.com

ШКВАРУК Діна

Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3617-9375>

e-mail: schkvarukdina@gmail.com

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКУВАННЯ НА СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ ТА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

У статті проаналізовано поняття «екологічне маркування», яке представляє собою систему позначень, яка підтверджує відповідність продукції або послуг встановленим екологічним стандартам, спрямованим на мінімізацію негативного впливу на довкілля. Досліджено роль екологічного маркування як інструменту підвищення довіри споживачів до товарів, стимулювання відповідального споживання та покращення конкурентоспроможності підприємств. Розглянуто основні типи екологічного маркування відповідно до міжнародних стандартів ISO, їх значення для забезпечення екологічної безпеки продукції та впровадження сталих практик у виробництві. Визначено основні проблеми екологічного маркування. Запропоновано напрями вдосконалення екологічного маркування, включаючи впровадження цифрових технологій, розширення державних стимулів для екологічного виробництва. Стаття містить рекомендації щодо підвищення ефективності екологічного маркування як інструменту сталого розвитку економіки та формування екологічно відповідального суспільства.

Ключові слова: екологічне маркування, споживчі переваги, якість продукції, greenwashing, сталий розвиток, екологічна сертифікація.

DONCHAK Lesya, SHKVARUK Dina

Vinnitsia Educational and Scientific Institute of Economics
Western Ukrainian National University

THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL LABELING ON CONSUMER PREFERENCES AND PRODUCT QUALITY

The article examines the impact of eco-labeling on consumer preferences and product quality. The study analyzes the role of eco-labeling as a tool for enhancing consumer trust in products, promoting responsible consumption, and improving the competitiveness of enterprises. The main types of eco-labeling according to international ISO standards are considered, highlighting their importance in ensuring product safety and implementing sustainable production practices. Key issues related to eco-labeling are identified, including greenwashing, high certification costs, and low consumer awareness, which complicate the effective functioning of this system. Special attention is paid to the absence of unified international eco-labeling standards, which creates barriers to international trade and affects consumer trust. The article also discusses the impact of eco-labeling on purchasing decisions, showing that certified products enjoy greater consumer confidence and market advantages.

To address these challenges, the article proposes directions for improving eco-labeling, including the introduction of digital technologies such as QR codes and blockchain, expanding government incentives for sustainable production, and developing a unified international certification system. The study emphasizes the need for stricter regulatory mechanisms to prevent misleading environmental claims and increase transparency in certification processes. The article provides recommendations for enhancing the effectiveness of eco-labeling as a key instrument for sustainable economic development and the formation of an environmentally responsible society. The findings contribute to the discussion on the future of eco-labeling and its role in shaping environmentally conscious consumer behavior.

Keywords: eco-labeling, consumer preferences, product quality, greenwashing, sustainable development, environmental certification.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах глобалізації та екологічної нестабільності все більше уваги приділяється питанням сталого виробництва та споживання. Одним із ключових механізмів забезпечення екологічної безпеки продукції є екологічне маркування, яке покликане інформувати споживачів про екологічні характеристики товарів та стимулювати підприємства до впровадження екологічно орієнтованих бізнес-процесів. Проте, незважаючи на зростаючу популярність екологічного маркування у світовій практиці, його вплив на формування споживчих переваг та забезпечення якості продукції залишається недостатньо дослідженим. З практичної точки зору, екологічне маркування може бути важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств та стимулювання сталого розвитку економіки. Доведено, що споживачі все більше орієнтуються на екологічні аспекти продукції, однак рівень обізнаності про значення маркування залишається низьким. З наукової точки зору, дослідження впливу екологічного маркування на споживчі переваги та якість продукції має важливе значення для подальшого розвитку економіки замкнутого циклу, сталого маркетингу та екологічного підприємництва. Аналіз поведінки споживачів у контексті їхньої довіри до екологічного маркування може допомогти у вдосконаленні систем

сертифікації, підвищенні рівня контролю за якістю продукції та формуванні ефективних стратегій екологічного позиціонування підприємств. Таким чином, проблема екологічного маркування потребує комплексного дослідження, що включає оцінку його впливу на якість продукції, аналіз споживчих переваг та визначення напрямків удосконалення існуючих сертифікаційних механізмів. Це дозволить сформулювати науково обґрунтовані рекомендації щодо підвищення ефективності екологічного маркування як інструменту сталого розвитку економіки.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Тема впливу екологічного маркування на споживчі переваги та якість продукції є предметом численних наукових досліджень. Зокрема, у працях С. О. Михайлова, М. І. Ворожбіян, М. О. Мороз, Г. М. Панчева, С. Ф. Гавенко, О. Д. Конюхової, І. М. Царук, Ю. Б. Шпильової, О. В. Пахолок, О. І. Передрій, О. А. Літвак, С. В. Берзіна, Г. С. Бузан, Д. Ю. Капотя, Ю. В. Віхорт, П. М. Скрипчук науковці приділяють значну увагу проблематиці екологічної сертифікації та маркування, розглядаючи їх як важливі чинники формування сталого економічного розвитку та ефективного збереження навколишнього середовища. Попри значні дослідження, питання впливу екологічного маркування на формування споживчих переваг та забезпечення якості продукції залишається відкритим для подальшого вивчення. Сучасні наукові роботи акцентують увагу на тому, що екологічне маркування виконує не лише інформаційну, а й регуляторну функцію, стимулюючи підприємства до впровадження екологічно відповідального виробництва. Таким чином, подальші дослідження у сфері екологічного маркування повинні зосереджуватися на розробці механізмів посилення контролю за відповідністю продукції екологічним стандартам, підвищенні рівня довіри споживачів до сертифікованої продукції та аналізі економічних наслідків впровадження екологічного маркування на рівні підприємств і держави.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Попри численні дослідження, ряд аспектів екологічного маркування залишається недостатньо вивченим. Зокрема, бракує аналізу взаємозв'язку маркування з реальною якістю продукції та ефективності механізмів контролю відповідності екологічним стандартам. Відсутність єдиних міжнародних вимог ускладнює взаємне визнання сертифікатів і створює бар'єри для бізнесу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів щодо трактування поняття «екологічне маркування» та впливу екологічного маркування на формування споживчих переваг і якість продукції, а також виявлення основних проблем та перспектив розвитку цієї системи.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасних умовах посилення екологічних викликів, зростання рівня урбанізації та індустріалізації проблема раціонального використання природних ресурсів та збереження довкілля набуває особливого значення. Одним із основних інструментів забезпечення екологічної відповідальності виробників і підвищення обізнаності споживачів щодо якості продукції є екологічне маркування. Воно виступає важливим засобом інформування суспільства про екологічні характеристики товарів, сприяє розвитку стійкого споживання та підвищує конкурентоспроможність екологічно сертифікованої продукції.

Світова практика демонструє, що екологічне маркування є потужним інструментом впливу на ринкові механізми, оскільки воно сприяє формуванню споживчих переваг, орієнтованих на відповідальне ставлення до довкілля, та стимулює виробників до впровадження більш екологічних технологій. У той же час, недостатня обізнаність споживачів щодо змісту та значення екологічного маркування, відсутність єдиних міжнародних стандартів та ризики «зеленого камуфляжу» (greenwashing) створюють певні виклики для ефективного функціонування цієї системи. Важливо також враховувати, що якість продукції є одним із головних критеріїв вибору споживачів, і екологічне маркування може виступати гарантією відповідності товару певним екологічним та якісним стандартам.

Концепція екологічного маркування була вперше офіційно рекомендована в рамках Всесвітньої конференції ООН з питань довкілля та розвитку, що відбулася у 1992 році в Ріо-де-Жанейро. В ухваленому на цій конференції документі «Порядок денний на XXI століття» підкреслювалася необхідність активного впровадження систем екологічного маркування у співпраці державних органів, промислового сектора та інших зацікавлених сторін. Особливу увагу приділили розширенню інформаційних ініціатив, спрямованих на підвищення рівня обізнаності населення щодо екологічних характеристик товарів. Це має на меті створення умов, за яких споживачі зможуть здійснювати усвідомлений вибір продукції на основі її екологічної безпечності та відповідності міжнародним стандартам.

Варто розглянути сутність поняття «екологічне маркування». Ряд авторів [1] розглядають екологічне маркування як перспективний інструмент сучасного маркетингу, що надає споживачам достовірну інформацію про екологічні характеристики товару, його переваги, а також специфіку утилізації

пакувальних матеріалів. На думку Літвак О.А екомаркування – це продукція, що успішно пройшла екологічну сертифікацію, позначається спеціальним маркуванням, яке надає споживачам інформацію про її екологічні властивості та переваги [2]. Таке маркування підтверджує відповідність товару встановленим екологічним стандартам, що гарантує зменшення негативного впливу на навколишнє середовище протягом усього життєвого циклу продукції – від виробництва до утилізації.

Окрім того, екологічне маркування сприяє підвищенню обізнаності споживачів, дозволяючи їм робити свідомий вибір на користь більш безпечних та екологічно відповідальних товарів. Це, своєю чергою, стимулює підприємства до впровадження екологічно чистих технологій, зменшення використання шкідливих речовин, оптимізації ресурсозбереження та підвищення енергоефективності. Також екологічно сертифікована продукція має значні конкурентні переваги на ринку, адже споживачі все частіше орієнтуються на товари з відповідними сертифікатами, розглядаючи їх як гарантію якості та безпеки. У багатьох країнах наявність екологічного маркування є важливим критерієм державних закупівель та регуляторних вимог, що ще більше посилює його значення для виробників і сприяє розвитку сталого споживання.

Екологічне маркування є добровільним механізмом, спрямованим на підтвердження екологічної безпечності продукції. Воно стимулює підприємства до впровадження екологічно відповідальних виробничих практик і надання споживачам достовірної інформації про екологічні переваги товарів. Такий підхід створює взаємну вигоду: бізнес отримує конкурентні переваги та довіру покупців, а споживачі – можливість обирати продукцію, що відповідає високим екологічним стандартам [2].

На сьогодні існує значна кількість літературних джерел та онлайн-ресурсів, присвячених найкращим практикам екологічної сертифікації. Зокрема, платформи One Planet Network та Global Ecolabelling Network (GEN) надають інформацію про успішні кейси з усього світу [3-4].

Глобальна мережа екомаркування (GEN), заснована у 1994 році, сприяє гармонізації екологічних стандартів, спрощуючи міжнародну торгівлю та стимулюючи сталий розвиток економіки. До її складу входять 39 членів із майже 60 країн, зокрема й України. Мережа відіграє важливу роль у підвищенні екологічної свідомості споживачів, виробників і урядів, сприяючи впровадженню екологічно відповідальних рішень. Актуальним напрямом досліджень є вплив екологічного маркування на поведінку споживачів. Доведено, що сертифіковані товари користуються більшою довірою, особливо серед екологічно свідомих покупців. Водночас велика кількість маркувань може ускладнювати вибір та знижувати ефективність цього механізму.

Отже, екологічне маркування – це система позначень, яка підтверджує відповідність продукції або послуг встановленим екологічним стандартам, спрямованим на мінімізацію негативного впливу на довкілля. Воно виконує інформативну функцію, допомагаючи споживачам свідомо обирати екологічно безпечні товари, а також стимулює виробників впроваджувати сталі технології.

У сучасній системі екологічної сертифікації, що діє в Україні, виділяють два основних типи екологічного маркування, які відповідають міжнародним стандартам ISO серії 14020. Ці стандарти адаптовані до національної системи стандартизації через ДСТУ, що забезпечує їхню відповідність міжнародним нормам. Основна мета екологічного маркування – надання достовірної інформації про екологічні характеристики продукції, її вплив на довкілля та безпеку для здоров'я людини [5].

Другий тип екологічного маркування (II тип) стосується самодекларацій, тобто екологічних заяв, які виробники можуть наносити на свою продукцію без обов'язкового незалежного підтвердження третьою стороною. Це маркування використовується для позначення окремих екологічних характеристик товару, що можуть бути корисними під час його використання, обслуговування, ремонту або утилізації. Наприклад, продукція може містити позначки «біорозкладний», «перероблений матеріал», «енергоефективний» або «низькі викиди CO₂» тощо. Важливо зазначити, що хоча такі самодекларації є добровільними, вони повинні відповідати вимогам ДСТУ ISO 14021:2016.

Перший тип екологічного маркування (I тип) є більш суворим, оскільки передбачає незалежне оцінювання продукції за встановленими критеріями. Його метою є підтвердження того, що товар або послуга має екологічні переваги у порівнянні з аналогічною продукцією за рівнем впливу на довкілля та здоров'я людини. Таке маркування надається лише після детальної експертної перевірки, яка може включати оцінку життєвого циклу продукції, аналіз використаних матеріалів, технологічного процесу, рівня викидів і безпечності утилізації.

До найвідоміших маркувань I типу належать EU Ecolabel (Європейський екологічний знак), Nordic Swan (Скандинавський лебідь), «Зелений журавлик» (Україна) та інші. Вони гарантують, що продукція відповідає міжнародним екологічним стандартам і дійсно є безпечнішою для довкілля. Наявність таких позначок підвищує конкурентоспроможність товарів, зміцнює довіру споживачів та сприяє переходу підприємств на більш екологічні виробничі технології.

Розвиток екологічного маркування в Україні є важливим кроком до сталого розвитку та підвищення екологічної відповідальності бізнесу і споживачів. Маркування II типу дозволяє виробникам самостійно заявляти про екологічні переваги своєї продукції, проте вимагає чіткого дотримання принципів прозорості та достовірності. Водночас маркування I типу гарантує високий рівень екологічності товару через незалежну

сертифікацію, що забезпечує об'єктивність та довіру з боку споживачів. Удосконалення механізмів контролю за екологічними маркуваннями та адаптація міжнародного досвіду сприятимуть формуванню ефективної системи екологічного сертифікування в Україні.

Зростання екологічної свідомості змінює споживчі звички, сприяючи відповідальному вибору продукції. Екологічні характеристики товарів стають важливим критерієм прийняття рішень, що стимулює бізнес впроваджувати екостандарти. Дослідження підтверджують, що сертифікована продукція викликає більше довіри, підвищуючи її конкурентоспроможність.

Екологічне маркування зміцнює репутацію бренду, формує позитивний імідж та свідчить про прихильність до сталого розвитку. Воно також забезпечує інформаційну відкритість, дозволяючи споживачам легко оцінити безпечність товару. Крім того, екологічне маркування мотивує до відповідального споживання, стимулюючи вибір товарів із меншим впливом на довкілля. Це сприяє зростанню попиту на сертифіковану продукцію, спонукаючи виробників впроваджувати екологічні технології. Споживачі готові підтримувати екологічно відповідальні бренди, навіть якщо їхня продукція дорожча. Таким чином, екологічне маркування не лише формує споживчі переваги, а й сприяє розвитку ринку екологічно безпечних товарів, підвищуючи відповідальність бізнесу та стимулюючи сталий розвиток.

Окрім впливу на попит, екологічне маркування відіграє важливу роль у забезпеченні якості продукції. Отримання сертифіката екологічної відповідності передбачає проходження суворих перевірок щодо впливу продукції на навколишнє середовище та здоров'я людини. Цей процес включає дотримання низки критеріїв, серед яких:

– використання екологічно чистої сировини – матеріали, з яких виготовлено продукцію, мають відповідати екологічним стандартам і не містити небезпечних домішок, що можуть негативно впливати на довкілля або здоров'я споживачів;

– відсутність шкідливих хімічних речовин у складі – екологічно сертифікована продукція не повинна містити токсичних або заборонених хімічних сполук, що можуть призвести до забруднення довкілля під час використання чи утилізації;

– раціональне використання ресурсів та зменшення викидів при виробництві – процес виготовлення екологічних сертифікованих товарів передбачає мінімізацію викидів шкідливих речовин, ефективне використання води, електроенергії та сировини;

– безпечна утилізація та мінімальний екологічний слід – екологічні стандарти передбачають, що продукція має бути безпечною для переробки або біологічного розкладу, а її пакування – виготовлене з матеріалів, які можна повторно використовувати або легко утилізувати.

Відповідність цим вимогам забезпечує підвищений контроль якості продукції, що позитивно впливає на її безпечність, довговічність і відповідність стандартам сталого розвитку. Споживачі, обираючи сертифіковану продукцію, можуть бути впевнені в її високій якості, що сприяє зростанню довіри до брендів та підтримці екологічно відповідального бізнесу.

Попри позитивні тенденції, пов'язані з поширенням екологічного маркування, його впровадження стикається з низкою викликів та проблем, серед яких: Greenwashing (деякі компанії навмисно використовують екологічні твердження без реального підтвердження відповідності стандартам, вводячи споживачів в оману), висока вартість сертифікації (отримання екологічного сертифіката є фінансово затратним процесом, що включає оплату незалежних експертиз, лабораторних досліджень і контрольних перевірок), низька обізнаність споживачів (багато покупців не мають достатньої інформації про значення екологічних позначок, що знижує їхню ефективність у прийнятті рішень)

Для подолання цих проблем необхідні комплексні заходи: посилення державного контролю за процесом екологічного сертифікування та маркування продукції; підвищення відповідальності бізнесу шляхом запровадження жорсткіших вимог до екологічних заяв та зменшення випадків маніпуляцій; розширення інформаційних кампаній серед споживачів для підвищення рівня обізнаності щодо екологічного маркування; розвиток міжнародної координації для створення єдиних вимог до екологічного маркування, що полегшить процес порівняння продукції та підвищить її доступність на глобальному ринку тощо.

Екологічне маркування є важливим елементом сталого розвитку, і в майбутньому його впровадження може стати обов'язковою вимогою для окремих товарів. Основні перспективи розвитку включають: цифрові технології (QR-коди, блокчейн) для прозорості сертифікації; єдину міжнародну сертифікаційну систему, що спростить торгівлю та підвищить довіру до маркування; державні стимули (податкові пільги, субсидії, гранти) для підтримки екологічних технологій; підвищення рівня екологічної освіти, що сприятиме усвідомленому вибору споживачів і покращенню якості продукції. Таким чином, екологічне маркування має потенціал для подальшого розвитку, сприяючи відповідальному споживанню, інноваціям та підвищенню стандартів виробництва.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Екологічне маркування відіграє важливу роль у формуванні споживчих переваг та забезпеченні якості продукції. Воно дозволяє покупцям робити свідомий вибір, орієнтуючись на екологічні

характеристики товарів, а виробникам – підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції через впровадження екологічно відповідальних технологій. Водночас існують певні виклики, пов'язані з недосконалістю сертифікаційних механізмів, можливістю маніпуляцій екологічною інформацією та необхідністю підвищення рівня обізнаності споживачів. Тому подальші дослідження у цій сфері повинні бути зосереджені на удосконаленні системи екологічного маркування, створенні єдиних міжнародних стандартів та розширенні економічних стимулів для виробників. Розвиток екологічного маркування є важливим елементом сталого розвитку економіки, що сприяє підвищенню якості продукції, покращенню стану навколишнього середовища та формуванню екологічно свідомого суспільства.

Література

1. Михайлова С. О., Ворожбіян М. І., Мороз М. О., Панчева Г. М. Принципи впровадження екологічного маркування продукції. Комунальне господарство міст. 2018. №144. С. 43-50.
2. Літвак О. А. Тенденції розвитку екологічної сертифікації та маркування в країнах Європейського Союзу. Сталый розвиток економіки. 2024. № 3(50). С. 203-210.
3. Впровадження методології екологічного сліду продукту в Україні. URL: <https://www.eu4environment.org/app/uploads/2024/10/PEF-Executive-Report-Ukraine-UKR.pdf>
4. One Planet Network: Ecolabels. URL: <https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type-I-ecolabels>
5. Global Ecolabelling Network. URL: <https://globalecolabelling.net/>
6. Офіційний сайт Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/biznesu/ekologichne-markuvannya/dva-osnovnyh-typy-ekologichnogo-markuvannya/>

References

1. Mykhailova Ye. O., Vorozhbiiian M. I., Moroz M. O., Pancheva H. M. Prynysypy vprovadzhenia ekolohichnoho markuvannia produktsii. Komunalne hospodarstvo mist. 2018. №144. S. 43-50.
2. Litvak O. A. Tendentsii rozvytku ekolohichnoi sertyfikatsii ta markuvannia v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu. Stalyi rozvytok ekonomiky. 2024. № 3(50). S. 203-210.
3. Vprovadzhenia metodolohii ekolohichnoho slidu produktu v Ukraini. URL: <https://www.eu4environment.org/app/uploads/2024/10/PEF-Executive-Report-Ukraine-UKR.pdf>
4. One Planet Network: Ecolabels. URL: <https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type-I-ecolabels>
5. Global Ecolabelling Network. URL: <https://globalecolabelling.net/>
6. Ofitsiynyi sait Ministerstva zakhystu dovkillia ta pryrodnykh resursiv Ukrainy. URL: <https://mepr.gov.ua/biznesu/ekologichne-markuvannya/dva-osnovnyh-typy-ekologichnogo-markuvannya/>