

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-30>

УДК 330.3:366:504

Літвак Ольга Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екології та природоохоронних технологій,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1351-3900>

Olga Litvak

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ ТА МАРКУВАННЯ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL CERTIFICATION AND LABELING IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

Анотація. Стаття присвячена аналізу тенденцій розвитку в країнах Європейського Союзу екологічної сертифікації та маркування, які є важливими інструментами для підвищення прозорості бізнесу, забезпечення відповідності екологічним стандартам і зміцнення довіри споживачів. Проведено аналіз системи еко-маркування EU Ecolabel, яка охоплює широкий спектр товарних категорій. Останні роки спостерігається зростання кількості виданих екологічних сертифікатів у ЄС, що свідчить про значний інтерес підприємств і споживачів до екологічно чистих продуктів. Окрема увага приділена законодавчій базі Європейського Союзу, яка регулює та удосконалює процес екологічної сертифікації та маркування, включаючи останні ініціативи, спрямовані на боротьбу з грінвошингом. Виявлено основні перешкоди, що виникають під час впровадження екологічної сертифікації, а також перспективи її розвитку в контексті Європейського Зеленого курсу. Висвітлено можливості використання досвіду ЄС для удосконалення системи екологічного маркування в Україні.

Ключові слова: екологічна сертифікація, екологічне маркування, довіра споживачів, директиви, грінвошинг, ринок екологічно чистих товарів, конкурентоспроможність.

Summary. The article is dedicated to analyzing the development trends of environmental certification and labeling in European Union countries, which are important tools for increasing business transparency, ensuring compliance with environmental standards, and strengthening consumer trust. The article examines the current state of the market for environmentally friendly products in European countries, where the demand for products with eco-labels is growing, particularly among young consumers. Examples of the most common eco-labels in European countries and their impact on consumer preferences and business competitiveness are considered. An analysis of the EU Ecolabel system, which covers a wide range of product categories from cosmetics to household appliances, as well as tourist accommodation services, is conducted. In recent years, there has been an increase in the number of issued environmental certificates in the EU, indicating significant interest from businesses and consumers in environmentally friendly products. Particular attention is paid to the legislative framework of the European Union, which regulates and improves the process of environmental certification and labeling, including recent initiatives aimed at combating greenwashing. The main directions for raising consumer environmental awareness are the implementation of information campaigns, educational programs, and the use of various digital tools. The article also highlights the opportunities for using the EU's experience to improve the environmental labeling system in Ukraine in the context of European integration and enhancing the competitiveness of Ukrainian products in the international market.

Keywords: environmental certification, eco-labeling, consumer trust, directives, greenwashing, market for environmentally friendly products, competitiveness.

Постановка проблеми. Суспільство все більше усвідомлює необхідність захисту довкілля та раціонального використання ресурсів, у зв'язку з цим в останні роки потреба у стійких моделях виробництва та споживання стає все більш актуальною. Одним із інноваційних елементів організаційно-правового механізму охорони довкілля

вважається екологічна сертифікація – процес оцінювання та підтвердження того, що продукція, послуги або виробничі процеси відповідають встановленим екологічним стандартам. Це сприяє зниженню викидів забруднюючих речовин, збереженню ресурсів, енергоефективності та зменшенню кількості відходів.

Одночасно, екологічна сертифікація має на меті запропонувати ринковий стимул для виробників, в тому числі і іноземних, дотримуватись жорстких екологічних стандартів. Компанії, які мають екологічні сертифікати, отримують конкурентні переваги на ринку, оскільки споживачі все більше цінують продукти, що є безпечними для довкілля та здоров'я. Крім цього впровадження екологічної сертифікації стимулює розвиток інноваційних зелених технологій і рішень, спрямованих на досягнення цілей сталого розвитку.

Основні принципи екологічної сертифікації включають:

- добровільність. Процес екологічної сертифікації та маркування зазвичай є добровільним, тобто виробник або постачальник самостійно вирішує пройти процедуру сертифікації;

- прозорість. Усі етапи сертифікації повинні бути прозорими, щоб забезпечити довіру споживачів. Це включає оприлюднення критеріїв сертифікації, методів оцінки та результатів [1];

- комплексність. Оцінка продукції або послуг охоплює всі етапи їхнього життєвого циклу – від видобутку сировини до утилізації, включаючи виробництво, транспортування, використання та кінцеве знешкодження;

- об'єктивність. Сертифікація повинна проводитись незалежними організаціями, які не мають конфлікту інтересів із виробником чи постачальником;

- наукова обґрунтованість. Вимоги до екологічної сертифікації повинні ґрунтуватися на наукових дослідженнях і доказах, що підтверджують вплив продукції або послуги на довкілля [2];

- неупередженість. Оцінка продукції повинна бути неупередженою та однаково застосовуватись до всіх учасників процесу;

- системність. Сертифікація повинна враховувати всі аспекти впливу на довкілля, зокрема енергоспоживання, водоспоживання, використання ресурсів, рівень забруднення, можливість вторинної переробки тощо;

- динамічність. Вимоги та стандарти екологічної сертифікації повинні регулярно переглядатись і оновлюватись у зв'язку з новими науковими відкриттями та змінами в технологіях;

- маркування. Продукція, яка пройшла екологічну сертифікацію, отримує спеціальне маркування, яке інформує споживачів про її екологічні переваги.

Ці принципи сприяють підвищенню екологічної свідомості серед споживачів та стимулюють виробників до впровадження більш стійких практик.

Екологічна сертифікація і маркування можуть відігравати важливу роль в реалізації екологічної політики на рівні держави, підтримуючи регулювання та контроль виробництва товарів, які впливають на стан довкілля. Виробники, які

отримують екологічне маркування, часто знижують антропогенний вплив на компоненти навколишнього середовища, що безпосередньо сприяє зменшенню загального екологічного сліду виробництва та споживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вже існує велика кількість літературних джерел та інтернет-ресурсів про найкращі практики впровадження екологічної сертифікації. Наприклад, на платформах веб-сайтів мережі ООН «Одна планета» (One Planet Network) [3] та Глобальної мережі екологічного маркування (Global Ecolabelling Network, GEN) можна отримати детальну інформацію та приклади передового досвіду з усього світу щодо екологічної сертифікації і маркування.

Окремо треба зазначити важливість Глобальної мережі екомаркування, яка є некомерційною асоціацією, заснованою в 1994 році для вдосконалення, просування та розвитку екологічного маркування продуктів і послуг. До складу GEN входять 39 членів із майже 60 країн, в тому числі і з України. Глобальна мережа екомаркування сприяє гармонізації екологічних стандартів між різними країнами та регіонами, що спрощує міжнародну торгівлю та сприяє розвитку глобальної економіки з урахуванням екологічних факторів. Мережа також відіграє ключову роль у підвищенні рівня екологічної свідомості серед споживачів, виробників і урядів, стимулюючи до дій, спрямованих на збереження навколишнього середовища [4].

Актуальним напрямом досліджень є вплив екологічного маркування на рішення споживачів. З'ясовано, що наявність екологічних маркувань суттєво підвищує ймовірність вибору продукції, особливо серед споживачів з високим рівнем екологічної свідомості [5; 6]. Однак деякі дослідження вказують на те, що через велику кількість маркувань споживачі можуть бути дезорієнтовані, що знижує ефективність маркування як інструменту комунікації [7; 8].

Українські вчені також активно досліджують питання екологічної сертифікації та маркування, що є важливими аспектами розвитку екологічно стійкої економіки та збереження довкілля. Серед таких фахівців: Берзина С.В., Бузан Г.С., Капотя Д.Ю., Віхорт Ю.В., Скрипчук П.М. [9–11] та інші. Вони працюють над розробкою методологій, стандартів і практичних рекомендацій, які допомагають впроваджувати екологічні принципи в різні галузі економіки.

Незважаючи на значну кількість напрацьованих у сфері екологічної сертифікації та маркування, існує потреба чіткої та оновленої систематизації цього питання в умовах більш жорстких екологічних стандартів і з урахуванням досвіду країн-членів ЄС, які активно впроваджують сталі практики

виробництва і споживання для досягнення цілей Європейського зеленого курсу.

Метою статті є проведення аналізу тенденцій розвитку екологічної сертифікації і маркування як важливих інструментів для підвищення прозорості бізнесу, забезпечення відповідності екологічним стандартам і збільшення довіри з боку споживачів в країнах Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок екологічно чистих товарів в Європі продовжує активно зростати. Основними рушійними силами цього процесу є значний інтерес споживачів до стійкості та екологічності, підтримка державних ініціатив та розвиток нових технологій. Збільшення попиту на екологічно безпечні продукти спостерігалось серед усіх вікових груп, особливо серед молодих споживачів, які віддають перевагу товарам із зниженим вуглецевим слідом та біорозкладною упаковкою [12].

У міру того, як споживачі все більше усвідомлюють вплив своїх покупок на вирішення екологічних питань, вони шукають товари виробників, які можуть надати детальну інформацію щодо стійкості своєї продукції. І чим конкретніша і чіткіша надана інформація, тим вона більше буде взаємодіяти зі споживачем і підвищувати його довіру до продукту і виробника. Це може збільшити лояльність клієнтів і стимулювати повторні покупки. Тому саме екологічне маркування дозволяє легко ідентифікувати продукти, які відповідають високим екологічним стандартам, тим самим

стимулюючи попит на екологічно чисті товари і послуги. При цьому компанії починають розширювати свої пропозиції в цій сфері. Екологічне маркування може стати одним з ключових інструментів для виходу на нові ринки або залучення нових клієнтів. Також споживачі часто готові платити більше за товари, які відповідають їхнім етичним чи екологічним переконанням. Тому все більше європейських компаній вбачають екологічну сертифікацію як засіб підвищення своєї конкурентоспроможності.

Законодавча база Європейського Союзу у сфері регулювання екологічної сертифікації та маркування є комплексною та спрямована на забезпечення сталого розвитку, охорону довкілля та захист прав споживачів. Основними правовими актами, що регулюють ці питання, є низка директив та регламентів, які становлять єдині стандарти для забезпечення узгодженості та зрозумілості вимог до екологічної сертифікації на всій території ЄС (табл. 1). Це спрощує процес сертифікації для компаній, які працюють на різних ринках Європи. Оскільки ЄС є одним із найбільших економічних блоків у світі, то його директиви та регламенти часто стають стандартом для інших країн світу. Це впливає на глобальні тенденції у сфері екологічної сертифікації та сталого розвитку.

Також Європейський Союз співпрацює з іншими країнами та регіонами для гармонізації екологічних стандартів і сертифікаційних процедур. У торгівельних угодах ЄС включає поло-

Таблиця 1 – Нормативні акти ЄС у сфері регулювання питань екологічної сертифікації і маркування

Назва нормативного акту	Пояснення
Директива 94/62/ЄС про упаковку та відходи упаковки	Директива спрямована на зменшення кількості відходів упаковки, сприяє їх повторному використанню та переробці, вимагаючи відповідного маркування упаковки.
Директива 2001/95/ЄС про загальну безпеку продукції	Директива включає положення про екологічні аспекти, що стосуються безпеки продукції для споживачів, а також вимоги до маркування.
Регламент (ЄС) № 1107/2009 про маркетинг засобів захисту рослин	Регламент охоплює екологічні аспекти використання засобів захисту рослин і вимагає належного маркування таких продуктів, щоб вони відповідали екологічним стандартам.
Регламент (ЄС) № 1221/2009 про систему екологічного менеджменту та аудиту (EMAS)	Система екологічного менеджменту та аудиту забезпечує добровільну схему для організацій, які бажають оцінити та поліпшити свою екологічну ефективність та інформувати про це.
Директиву 2009/125/ЄС щодо екодизайну	Встановлює обов'язкові вимоги до екодизайну енергоспоживаючої продукції для зменшення її негативного впливу на довкілля протягом усього життєвого циклу. Ці вимоги перевіряються через систему контролю, яка включає сертифікацію та аудит. Невідповідність може призвести до вилучення продукту з ринку.
Регламент (ЄС) № 66/2010 про екологічне маркування ЄС (EU Ecolabel)	Регламент встановлює правила використання екологічного знака EU Ecolabel, що є офіційним екологічним маркуванням в усіх країнах-членах ЄС.
Регламент (ЄС) № 305/2011 про будівельну продукцію (CPR)	Регламент передбачає обов'язкове маркування будівельних матеріалів з метою забезпечення їх відповідності екологічним стандартам
Директива 2014/95/ЄС про нефінансову звітність (NFRD)	Директива зобов'язує великі компанії надавати звіти про нефінансові показники, включаючи інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності, в тому числі і про використання екологічних маркувань.

Джерело: складено автором на основі [13]

ження, що стосуються екологічних стандартів та сертифікації, що допомагає зменшити бар'єри для торгівлі екологічно чистими продуктами та послугами на глобальному рівні. Екологічні маркування, запроваджені в Європі, визнаються і підтримуються у багатьох країнах. Це підтверджує, що європейські стандарти екологічної безпеки є одними з найвищих у світі. Найбільш поширені екологічні маркування, які використовуються в країнах Європи наступні [14]:

– EU Ecolabel – це офіційне екологічне маркування Європейського Союзу, яке використовується для товарів та послуг, що відповідають високим стандартам екологічної безпеки та зменшують вплив на довкілля протягом усього життєвого циклу;

– Blue Angel (Блакитний ангел) – це перший у світі екологічний знак, створений в 1978 році в Німеччині. Цей знак використовується для маркування продуктів і послуг, які відповідають суворим екологічним стандартам, особливо в галузі ресурсозбереження та захисту клімату;

– Nordic Swan (Північний лебідь) – це офіційне маркування використовується в країнах Північної Європи (Швеція, Норвегія, Данія, Ісландія, Фінляндія). При маркуванні враховується повний життєвий цикл продукту та оцінюються процеси ресурсозбереження, споживання енергії, викидів забруднювачів, використання хімікатів та утворення відходів;

– EKOenergy – міжнародна некомерційна марка для просування відновлюваних джерел енергії, яка гарантує, що електроенергія надходить з екологічно чистих джерел і відповідає додатковим вимогам захисту довкілля. Це маркування започатковане Фінською асоціацією охорони природи при активній співпраці з іншими екологічними неурядовими організаціями;

– Austrian Ecolabel – цей знак маркування використовується в Австрії для товарів і послуг, які відповідають суворим екологічним критеріям;

– NF Environment – екомаркування надається французькою національною організацією зі стандартизації AFNOR. Сертифіковані продукти повинні відповідати критеріям, заснованим на їх корисності або екологічних якостях. При цьому враховується кожен етап життєвого циклу продукту.

Одним з найвідоміших у всьому світі екологічним маркуванням, встановленим Європейською комісією, є EU Ecolabel. Це добровільна європейська програма, яка започаткована у 1992 році. Її основна мета – стимулювати бізнес до розвитку ринку більш екологічно чистих товарів та послуг. На основі наукових досліджень, після консультацій з усіма зацікавленими сторонами, включаючи вчених, експертів відповідних підрозділів з усіх країн ЄС, представників бізнесу, органів держав-

ної влади, екологічних та споживчих організацій, розробляються екологічні стандарти та публікуються як рішення Європейської Комісії. Вони містять критерії для конкретних груп товарів чи послуг, які встановлюються та регулюються Регламентом (ЄС) № 66/2010. При цьому рішення про присвоєння знака має бути оцінено незалежними компетентними органами із сертифікації [15].

Екомаркування EU Ecolabel охоплює широкий спектр категорій: косметику, засоби для чищення, товари для дому і саду, одяг, паперові вироби, побутову техніку, послуги з розміщення туристів тощо. Останні роки на ринку ЄС спостерігається стійка тенденція до збільшення кількості ліцензій та продуктів, що отримали знак EU Ecolabel. Станом на березень 2024 року було видано екологічних сертифікатів на 6 % більше, ніж за весь 2023 рік. Це зростання відображає стійкий інтерес до екологічно чистих продуктів серед підприємств, споживачів та роздрібних продавців (рис. 1). Більшість сертифікатів EU Ecolabel видається в Італії (17%), Франції (16%), Німеччині (16%) та Іспанії (13%). Найбільшу питому вагу в загальній кількості сертифікатів мають такі групи товарів: послуги з розміщення туристів, різноманітні мийні засоби, засоби для чищення твердих поверхонь і паперові та санітарно-гігієнічні вироби (рис. 2).

Наразі в країнах ЄС активно відбувається інтеграція екологічних вимог у процес державних закупівель. Так звані державні зелені закупівлі передбачають включення екологічних критеріїв у тендерну документацію та процес відбору постачальників. Екологічна сертифікація може бути використана як критерій для відбору постачальників у процесі зелених закупівель. Маркування допомагає державним органам швидко ідентифікувати продукти, що відповідають екологічним вимогам. Зелені закупівлі, в свою чергу, стимулюють виробників до отримання екологічних сертифікатів для підвищення своїх шансів на участь у державних тендерах. Цей взаємозв'язок може сприяти формуванню більш стійких ланцюгів постачання та покращенню екологічних показників національної економіки.

Однак наявність критеріїв екомаркування та політики зелених державних закупівель сама по собі не гарантує успіху та проникнення на ринок зелених продуктів

Зазначені проблеми потребують вирішення, щоб екологічна сертифікація та маркування могли ефективно виконувати свою роль у просуванні стійких практик та захисту навколишнього середовища. В ЄС постійно відбувається процес посилення законодавчих вимог у сфері екології. В контексті Європейського зеленого курсу серед багатьох нових ініціатив у березні 2023 року Європейська комісія висунула пропо-

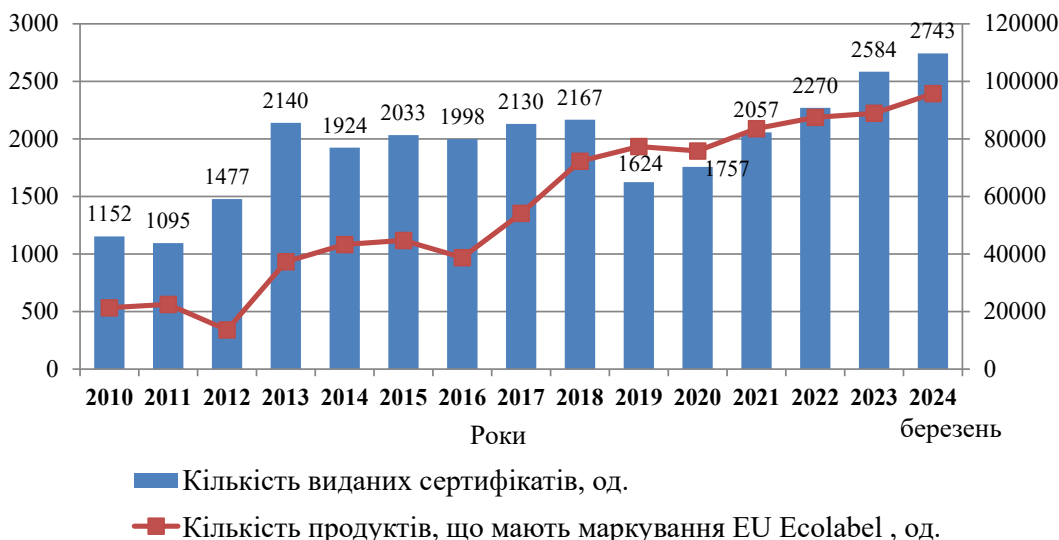


Рисунок 1 – Динаміка виданих екологічних сертифікатів та кількість продуктів, що мають екомаркування EU Ecolabel в країнах ЄС

Джерело: розроблено автором на основі [16]

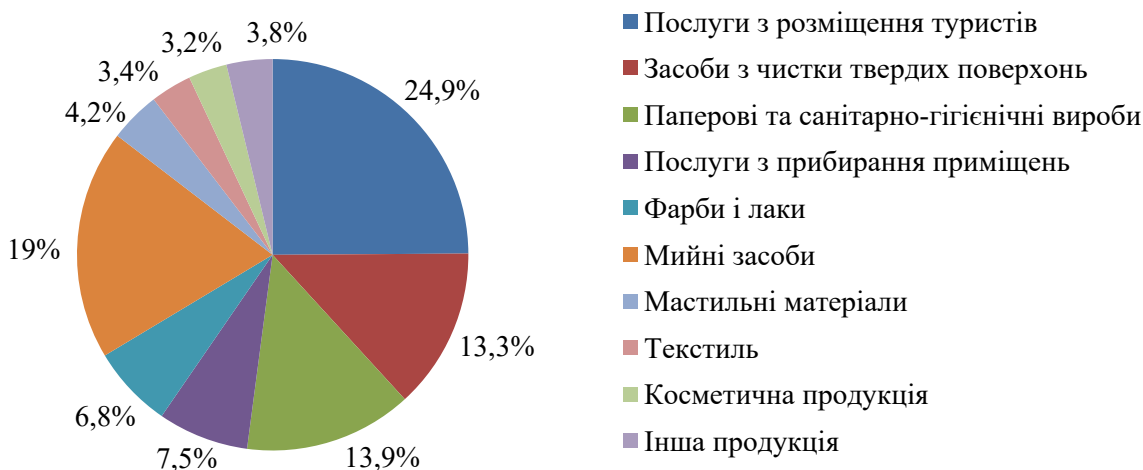


Рисунок 2 – Розподіл виданих екологічних сертифікатів на маркування EU Ecolabel за видами продукції та послуг у 2023 році, %

Джерело: розроблено автором на основі [16]

зицію щодо Директиви про зелені заяви (Green Claims Directive). Дана Директива спрямована на боротьбу з грінвошингом (greenwashing) – практикою, коли компанії вводять в оману споживачів, заявляючи про свою продукцію як екологічно чисту, без реальних підстав [17]. Директива встановлює правила та вимоги для тверджень про «зелені» властивості продукції та послуг, щоб вони були прозорими, доказовими та не вводили в оману. Основні положення Директиви наступні:

– обґрунтування тверджень – усі екологічні заяви мають бути підкріплені науковими доказами та проведеними оцінками. Наприклад, якщо продукт заявлений як «біорозкладний», компанія повинна надати докази, що підтверджують це твердження;

– прозорість – компанії повинні чітко та доступно пояснювати, що саме робить їхній продукт екологічно чистим. Не допускається використання розпливчастих або загальних формулювань, які можуть вводити в оману;

– запровадження механізмів моніторингу виконання вимог, а також накладання санкцій на компанії, які порушують правила [18].

Таким чином, підготовлена Європейським парламентом Директива посилює вимоги щодо достовірності та обґрунтованості зелених заяв, роблячи екологічну сертифікацію та маркування важливими інструментами. Для багатьох компаній це означає значний зсув теми «стійкого розвитку» від того, що часто було не більш ніж маркетинговим гаслом, до підвищення відпові-

дальності, зобов'язань та реалізації екологічної політики бренду.

Слід зазначити, що розвиток екологічної сертифікації вимагає комплексного підходу, який включає державну політику, галузеві практики та обізнаність споживачів. У провідних країнах ЄС активно застосовують різні методи інформування покупців про екологічне маркування, щоб просувати стійке споживання та виробництво. Це включає в себе різноманітні цифрові інструменти – мобільні програми та веб-сайти, які дозволяють покупцям сканувати штрих-коди або QR-коди на продуктах, щоб отримати інформацію про їх екологічність. Наприклад, програми можуть показувати вуглецевий слід продукту, використання води або його відповідність екологічним стандартам. Деякі продукти можуть супроводжуватися цифровими етикетками, доступними через програми або веб-сайти, де міститься докладніша інформація про склад продукту, процес його виробництва та екологічний вплив.

В рамках ініціатив ЄС проводяться масові інформаційні кампанії, спрямовані на підвищення поінформованості щодо значення екологічного маркування та важливості сталого вибору. Бренди та ритейлери активно використовують соціальні мережі для просування своїх екологічно чистих продуктів та маркувань, залучаючи споживачів до дискусій про стійке споживання. Ці методи допомагають споживачам робити усвідомлений вибір, орієнтуючись на екологічні критерії.

Отже Європейський Союз має значний досвід у запровадженні політик та практик, які спрямовані на стале використання природних ресурсів, впровадження інноваційних технологій шляхом реалізації ефективної системи екологічної сертифікації. Україна може використати цей досвід для удосконалення власної системи екологічної сертифікації та маркування, яка розвивається в нашій країні з 2003 року як незалежна і добровільна, що є важливим кроком у напрямку підвищення екологічних стандартів у виробництві та споживанні [19]. Цей процес тісно пов'язаний із інтеграцією України до Європейського Союзу і включає імплементацію директив ЄС, які регулюють екологічну сертифікацію продуктів і процесів, що сприяє підвищенню якості продукції та її конкурентоспроможності на європейському ринку.

Органом з оцінки відповідності вимогам стандартів екологічного маркування в Україні є Центр екологічної сертифікації та маркування Всеукраїнської громадської організації «Жива планета», який є оператором програми екологічного маркування І типу, має національну акредитацію та міжнародне визнання. За результатами екологічної сертифікації надається знак маркування «Зелений журавлик», який інформує споживачів про відповідність товарів і послуг екологічним критеріям [20].

В Україні поступово розробляється та вдосконалюється законодавча база для підтримки екологічної сертифікації. Наразі розглядається проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання екологічного маркування в Україні». Прийняття даного закону матиме позитивні наслідки, оскільки це сприятиме:

- формування єдиного з ЄС ринку екологічно чистих товарів та послуг відповідно до Європейського зеленого курсу;

- врегулюванню правових аспектів екологічного маркування в Україні, які на сьогодні є не достатньо визначеними, що створює простір для зловживань та введення споживачів в оману;

- подоланню недобросовісних комерційних практик, пов'язаних з нанесенням екологічного маркування [21].

Законопроект ще знаходиться на стадії опрацювання в комітетах Верховної Ради і супроводжується численними зауваженнями та обговореннями, що свідчить про його складність і важливість для державної екологічної політики.

Україна отримує значну підтримку від міжнародних організацій та європейських партнерів у процесі розвитку екологічної сертифікації. Ця підтримка включає технічну допомогу, навчання експертів, а також фінансову допомогу для впровадження екологічних стандартів.

Висновки. Екологічна сертифікація та маркування стають дедалі важливішими інструментами у просуванні сталого розвитку в країнах Європейського Союзу. Серед основних тенденцій та перспективних напрямів можна назвати наступні:

- реалізація законодавчих ініціатив. Європейський Союз активно працює над удосконаленням регуляторних норм у сфері екологічної сертифікації. Це призводить до застосування більш суворих екологічних вимог до продуктів та послуг, а також формує ефективні підходи у боротьбі з грінвошингом;

- гармонізація екологічних стандартів різних країн, що дозволяє уніфікувати вимоги до екологічної сертифікації на глобальному рівні;

- стимулювання сталого виробництва. Виробники, які прагнуть отримати екологічну сертифікацію, змушені впроваджувати більш екологічно чисті технології та відповідально використовувати природні ресурси. Це сприяє розвитку більш сталих практик у виробництві, підвищує конкурентоспроможність продукції на європейському та міжнародному ринку, особливо серед споживачів, які підтримують сталий розвиток;

- підвищення екологічної обізнаності споживачів завдяки реалізації інформаційних кампаній, освітніх програм, а також використанню різноманітних цифрових інструментів.

Таким чином, Європейський Союз має добре розвинуту систему екологічної сертифікації і мар-

кування, яка визнана на міжнародному рівні і продовжує удосконалюватися. Використання цього досвіду може сприяти розвитку екологічних стар- тапів в Україні, що є важливою складовою стратегії євроінтеграції та підвищення конкурентоспроможності українських товарів на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:

1. Михалевич А., Салавор О. Екологічна сертифікація в Україні та ЄС: проблеми та перспективи розвитку. IV International Conference on European Dimensions of Sustainable Development. Київ, 2022. С. 97–108.
2. Korteland M. Eco-labelling: to be or not to be?: Desirability of eco-labels from an environmental and poverty perspective. Delft, CE, 2007. 92 p.
3. One Planet Network: Ecolabels. URL: [https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type I-ecolabels](https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type-I-ecolabels)
4. Global Ecolabelling Network. URL: <https://globalecolabelling.net/>
5. Rejman K., Kaczorowska J., Halicka E., Prandota A. How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates? *Foods*. Nov. 22, 2023. № 12(23).
6. Brach S., Walsh G., Shaw D. Sustainable Consumption and Third-Party Certification Labels: Consumers' Perceptions and Reactions. *European Management Journal*. 2018. № 36. P. 254–265.
7. Dekhili S., Achabou M.A. The Influence of the Country-of-Origin Ecological Image on Ecolabelled Product Evaluation: An Experimental Approach to the Case of the European Ecolabel. *Journal of Business Ethics*. 2015. № 131. P. 89–106.
8. Brécard D. Consumer Confusion over the Profusion of Eco-Labels: Lessons from a Double Differentiation Model. *Resource and Energy Economics*. 2014. № 37. P. 64–84.
9. Берзіна С.В., Капотя Д.Ю., Бузан Г.С. Екологічна сертифікація та маркування. Методичний довідник. Київ : Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. 114 с.
10. Віхорт Ю.В. Екологічна сертифікація та маркування як інструмент регулювання національної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 3. С. 30–Скрипчук П.М. Екологічна сертифікація в сфері природокористування: еколого-економічні засади розвитку: монографія. Рівне : НУВГП, 2011. 358 с.
11. Euromonitor International. Megatrends: Understanding Sustainable Consumers 2023 Key Insights. URL: <https://www.euromonitor.com/article/megatrends-understanding-sustainable-consumers-2023-key-insights>
12. An official website of the European Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/>
13. All ecolabels in Europe. URL: <https://www.ecolabelindex.com>
14. EU Ecolabel. Guiding your sustainable choices. URL: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en
15. EU Ecolabel facts and figures. URL: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-business/ecolabel-facts-and-figures_en
16. Biss M. Anti-Greenwashing Law: What does the EU Green Claims Regulation mean for brands in Europe? *Ecosistant*. 2023. URL: <https://www.ecosistant.eu/en/eu-green-claims-regulation/>
17. European Commission. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive). Brussels : EC, 2023. 79 p.
18. Екологічне маркування у полі зору державного регулювання. URL: <https://ecolog-ua.com/news/ekologichne-markuvannya-u-poli-zoru-derzhavnogo-regulyuvannya>
19. Програма екологічної сертифікації та маркування I типу «Зелений журавлик». URL: <https://livingplanet.org.ua/proekty/programa-ekologichnoji-sertifikatsiji-ta-markuvannya-i-tipu-zelenij-zhuravlik>
20. Верховна Рада України. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання екологічного маркування в Україні». № 6446-1 від 04.01.2022. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=73560

References:

1. Mykhalevych A., Salavor O. (2022) Ekologichna sertyfikatsiia v Ukraini ta YeS: problemy ta perspektyvy rozvytku [Environmental certification in Ukraine and the EU: problems and development prospects]. IV International Conference on European Dimensions of Sustainable Development. Kyiv.
2. Korteland M. (2007) Eco-labelling: to be or not to be?: Desirability of eco-labels from an environmental and poverty perspective. Delft, CE. 92 p.
3. One Planet Network: Ecolabels. Available at: [https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type I-ecolabels](https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/working-group-2-Type-I-ecolabels)
4. Global Ecolabelling Network. Available at: <https://globalecolabelling.net/>
5. Rejman K., Kaczorowska J., Halicka E., Prandota A. (2023) How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates? *Foods*, vol. 12(23).
6. Brach S., Walsh G., Shaw D. (2018) Sustainable Consumption and Third-Party Certification Labels: Consumers' Perceptions and Reactions. *European Management Journal*, vol. 36, pp. 254–265.
7. Dekhili S., Achabou M. A. (2015) The Influence of the Country-of-Origin Ecological Image on Ecolabelled Product Evaluation: An Experimental Approach to the Case of the European Ecolabel. *Journal of Business Ethics*, vol. 131, pp. 89–106.

8. Brécard D. (2014) Consumer Confusion over the Profusion of Eco-Labels: Lessons from a Double Differentiation Model. *Resource and Energy Economics*, vol. 37, pp. 64–84.
9. Berzina S. V., Kapotia D. Iu., Buzan H. S. (2017) Ekolohichna sertyfikatsiia ta markuvannia. *Metodychnyi dovidnyk* [Environmental certification and labeling. Methodical guide]. Kyiv: Instytut ekolohichnoho upravlinnia ta zbalansovanoho pryrodokorystuvannia. (in Ukrainian)
10. Vikhort Yu. V. (2018) Ekolohichna sertyfikatsiia ta markuvannia yak instrument rehulivannia natsionalnoi ekonomiky [Environmental certification and labeling as a tool for regulating the national economy]. *Investysii: praktyka ta dosvid* -Skrypchuk P. M. (2011) Ekolohichna sertyfikatsiia v sferi pryrodokorystuvannia: ekoloho-ekonomichni zasady rozvytku: monohrafiia [Environmental certification in the field of nature management: ecological and economic foundations of development: monograph]. Rivne: NUWEE. (in Ukrainian)
11. Euromonitor International (2023). Megatrends: Understanding Sustainable Consumers 2023 Key Insights. Available at: <https://www.euromonitor.com/article/megatrends-understanding-sustainable-consumers-2023-key-insights>
12. An official website of the European Union. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/>.
13. All ecolabels in Europe. Available at: <https://www.ecolabelindex.com>
14. EU Ecolabel. Guiding your sustainable choices. Available at: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en
15. EU Ecolabel facts and figures. Available at: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/business/ecolabel-facts-and-figures_en
16. Biss M. (2023). Anti-Greenwashing Law: What does the EU Green Claims Regulation mean for brands in Europe? *Ecosistant*. Available at: <https://www.ecosistant.eu/en/eu-green-claims-regulation/>
17. European Commission (2023). Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive). Brussels: EC.
18. Ekolohichne markuvannia u poli zoru derzhavnoho rehulivannia [Ecological labeling in the field of state regulation]. Available at: <https://ecolog-ua.com/news/ekologichne-markuvannya-u-poli-zoru-derzhavnogo-regulyuvannya>
19. Prohrama ekolohichnoi sertyfikatsii ta markuvannia I typu «Zelenyi zhuravlyk» [Program of environmental certification and labeling of type I «Green Crane»]. Available at: <https://livingplanet.org.ua/proekty/programa-ekologichnoji-sertyfikatsiji-ta-markuvannya-i-tipu-zelenij-zhuravlik> (in Ukrainian)
20. Verkhovna Rada Ukrainy. Proekt Zakonu Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakoniv Ukrainy shchodo rehulivannia ekolohichnoho markuvannia v Ukraini» № 6446-1, 04.01.2022 [Verkhovna Rada of Ukraine. Draft Law of Ukraine «On Amendments to Certain Laws of Ukraine Regarding Regulation of Environmental Labeling in Ukraine». No. 6446-1, 04.01.2022] Available at: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=73560

Стаття надійшла до редакції 02.09.2024