



## ECO-LABELING AND IT'S IMPORTANCE IN GREEN TRANSFORMATION

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 17, 2023  
Published: December 20, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-41



**Guguli Zarnadze,**  
Doctor of Business Administration,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2051-8037>  
E-mail: gulsunda46@yahoo.com

### ABSTRACT

*Eco-labeling and certification programs are popular in many countries to achieve environmental goals. Ecolabeling is considered one of the replacement tools for traditional policies. However, its role is gradually increasing, and it is considered an effective means to achieve the goals of green transformation. Many members of society may be interested in the production and consumption of environmentally friendly products; therefore, their stimulation is of great importance. Globally, environmental policies and regulatory measures are converging, driven by increasing opportunities for information dissemination. Despite the different levels of policy achievements in individual countries, familiarizing themselves with their experiences is useful for guiding effective national policies. In addition, it should be noted that the mechanism for raising awareness about eco-labeling is similar in many countries. The article aims to familiarize readers with this experience because, despite the adoption of several regulatory norms and the implementation of measures in Georgia, it is necessary to raise the interest of both consumers and producers toward ecologically clean products.*

**Keywords:** Eco-labeling; Eco-labeling schemes; Green transformation; Georgia.

### REFERENCES:

1. EU4 Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.ge/Ge/Library/Details/7068>;
2. Law of Georgia "On Environmental Protection", Article 19. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/33340?publication=33>;
3. Order of the Minister of Environment and Natural Resources Protection of Georgia No. 3, January 15, 1999, St. Tbilisi, regarding the approval of the regulation "On Ecolabeling", Article 1. <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/48646?publication=0>;

4. About the EU Ecolabel, The EU official voluntary label for environmental excellence, [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en), December, 2023;
5. Kern, Kristine; Kissling-Näf, Ingrid; Landmann, Ute; Mauch, Corine; Löffelsend, Tina (2001): Policy convergence and policy diffusion by governmental and non-governmental institutions: An international comparison of eco-labeling systems, WZB Discussion Paper, no. FS II 01-305, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin;



6. Global Ecolabelling Network, 2022 Annual Report, GEN, 2023;

7. Environmental Labeling and Information Schemes, Policy Perspectives, OECD, Better Policies for Better Lives, 2016;

8. Gruère, G. (2013), "A Characterization of Environmental Labeling and Information Schemes (ELIS)", OECD Environment Working Paper No.62. DOI: 10.1787/5k3z11hpdgq2-en;

9. Eurobarometer, The EU Ecolabel, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3072>, December 2023;

10. Resolution No. 198 of 2013 of the Government

of Georgia "On Bioproduction" <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1978999?publication=0>;

11. Information about "Caucascert" LLC <http://caucascert.ge/ge/about-us>;

12. EU4Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.ge/Ge/Library/Details/7068>;

13. Annual Report of the Environmental Information and Education Center, 2021. <https://eiec.gov.ge/Ge/Files/ViewFile/396>;

14. EU4Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.ge/Ge/Library/Details/7068>.

## ეკომარკირება და მისი მნიშვნელობა მწვანე ტრანსფორმაციაში

გუგული ზარნაძე,

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი

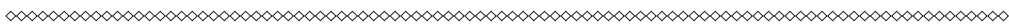
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2051-8037>

ელ. ფოსტა: [gulsunda46@yahoo.com](mailto:gulsunda46@yahoo.com)

### აბსტრაქტი

ეკომარკირებისა და სერტიფიცირების პროგრამები დიდი პოპულარობით სარგებლობს რიგ ქვეყნებში გარემოსდაცვითი მიზნების მისაღწევად. ეკომარკირებას განიხილავენ ტრადიციული პოლიტიკის ერთ-ერთ შემცველ ინსტრუმენტად, თუმცა მისი როლი თანდათან უფრო იზრდება და ეფექტიან საშუალებად მიიჩნევა მწვანე ტრანსფორმაციის მიზნების მისაღწევად. საზოგადოების მრავალი სუბიექტი შეიძლება დაინტერესდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოებით და მოხმარებით, ამიტომ მათ სტიმულირებას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. გლობალურად შეინიშნება გარემოსდაცვითი პოლიტიკისა და მარეგულირებელი ღონისძიებების მსგავსება, რაც გამომწვეულია ინფორმაციის გავრცელების მზარდი შესაძლებლობებით. ცალკეულ ქვეყანაში პოლიტიკის მიღწევების განსხვავებული დონის მიუხედავად, მათი გამოცდილების გაცნობა სასარგებლოა შედეგიანი ეროვნული პოლიტიკის წარმართვისთვის. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეკომარკირების მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებლად მექანიზმი მსგავსია ბევრ ქვეყანაში. სტატია ამ გამოცდილების გაცნობას ისახავს მიზნად, რადგან რიგი მარეგულირებელი ნორმების მიღებისა და ღონისძიებების გატარების მიუხედავად საქართველოში საქროა ამაღლდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მიმართ როგორც მომხმარებელთა, ისე მწარმოებელთა ინტერესი.

**საკვანძო სიტყვები:** ეკომარკირება; ეკომარკირების სქემები; მწვანე ტრანსფორმაცია; საქართველო.



### შესავალი

ეკომარკირებისა და სერტიფიცირების პროგრამები დიდი პოპულარობით სარგებლობს რიგ ქვეყნებში გარემოსდაცვითი მიზნების მისაღწევად. მიუხედავად იმისა, რომ ეკომარკირებას განიხილავენ როგორც ერთ-ერთს ტრადიციული პოლიტიკის შემცველი ინსტრუმენტებიდან, მისი როლი თანდათან უფრო იზრდება და ეფექტიან საშუალებად მიიჩნევა მდგრადი განვითარების სტრატეგიის განხორციელებაში. სტანდარტიზაციის საერთაშორისო

ორგანიზაციის მიხედვით ეკომარკირების დანიშნულებაა „პროდუქტის ან სერვისის გარემოსდაცვითი ასპექტების შესახებ კომუნიკაციის საშუალებით მიღებული, გადამონმებული და დაზუსტებული ინფორმაციის გზით, ნახალისდეს ისეთ პროდუქტებზე მოთხოვნა და მიწოდება, რომლებიც ნაკლებად აზიანებს გარემოს. შედეგად, კი დაინყება ბაზარზე ორიენტირებული, გარემოსდაცვითი გაუმჯობესების შეუქცევადი პროცესი“ [1].

გლობალურად შეინიშნება გარემოსდაცვითი



პოლიტიკისა და მარეგულირებელი ღონისძიებების მსგავსება, რაც გამოწვეულია ინფორმაციის გავრცელების მზარდი შესაძლებლობებით. ცალკეულ ქვეყანაში პოლიტიკის მიღწევების განსხვავებული დონის მიუხედავად, მათი გამოცდილების გაცნობა სასარგებლოა შედეგიანი ეროვნული პოლიტიკის წარმართვისთვის. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეკომარკირების მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებლად მექანიზმი მსგავსია ბევრ ქვეყანაში. სტატია ამ გამოცდილების გაცნობას ისახავს მიზნად, რადგან რიგი მარეგულირებელი ნორმების მიღებისა და ღონისძიებების გატარების მიუხედავად საქართველოში საჭიროა ამაღლდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მიმართ როგორც მომხმარებელთა, ისე მწარმოებელთა ინტერესი. ეკომარკირება ნებაყოფლობით ხასიათს ატარებს, მაგრამ იმ ქვეყნებში, სადაც გარემოსდაცვითი მიმართულებით მკაცრი სტანდარტებია, ეკომარკის მატარებელი პროდუქტები აკმაყოფილებენ გარემოზე ზემოქმედების ისეთ ასპექტებს, როგორცაა რესურსების მოხმარების შემცირება, ემისიების შეზღუდვა და ეკოსისტემებზე ზემოქმედების შემცირება. მწარმოებლები ეკოლოგიურ ფაქტორებს მეტ ყურადღებას უთმობენ პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლის განმავლობაში - ნედლეულის მოპოვებიდან წარმოებამდე, განაწილებამდე და განკარგვამდე. იზრდება რა ისეთი ყოველდღიური მოხმარება, როგორცაა საყოფაცხოვრებო საწმენდები, პირადი მოვლის საშუალებები, ქსოვილები, ქალაქის პროდუქტები და სხვა, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ეკომარკირებით უფრო მეტი ყოველდღიური პროდუქტის დაფარვას. ეკომარკა ეხმარება მომხმარებლებს მარტივად ამოიცნონ პროდუქტები, რომლებიც გარემოზე ნაკლებად უარყოფითად ზემოქმედებენ. მწარმოებლებისთვის ეკომარკირება შესაძლებელია გამოყენებული იყოს კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისთვის, იმის გათვალისწინებითაც, რომ ამგვარი მარკა მკაცრი სტანდარტის დაკმაყოფილებას ნიშნავს და მისი მოპოვება საერთაშორისო დონეზე აღიარებული (მაგალითად, EU Ecolabel), რაც მას მნიშვნელოვან სერტიფიკატად აქცევს ეკოლოგიურად შეგნებული მომხმარებლებისა და ბიზნესებისთვის. აღნიშნული მიუთითებს ეკომარკირების სქემების და პროგრამების დანერგვისა და გააქტიურების მოსალოდნელ დადებით მნიშვნელობაზე, რომელმაც საერთო ჯამში ხელი უნდა შეუწყოს მწვანე ტრანსფორმაციას.

### ძირითადი ტექსტი

საქართველოს კანონით „გარემოს დაცვის შესახებ“ „ეკომარკა წარმოადგენს ნიშანს, რომელიც მიენიჭება საქართველოში წარმოებულ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას მომხმარებელთა უკეთ ორიენტირებისა და აღნიშნული პროდუქციის წარმოების სტიმულირების მიზნით [2]. ეკომარკა წარმოადგენს ნიშანს - გრაფიკულ გამოსახულებას, რომელიც მიენიჭება საქართველოში წარმოებულ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას და რომელიც დაიტანება საბოლოო პროდუქციის (შეფუთვის ჩათვლით) გარე, თვალსაჩინო ადგილას. ეკომარკირება ხორციელდება ნებაყოფილობით სანყისებზე. მისი მიზანია მომხმარებელთა უკეთ ორიენტირება და აღნიშნული პროდუქციის წარმოების სტიმულირება. ეკომარკა ენიჭება მხოლოდ იმ პროდუქციას, რომელიც საბოლოო მოხმარებისათვის არის განსაზღვრული (და არა იმას, რომელიც გამოიყენება ნახევარფაბრიკატად წარმოების პროცესში). ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას ეკომარკას ანიჭებს გარემოს და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროსთან არსებული ეკომარკირების საუნწყებათაშორისო კომისია [3].

ევროკავშირში ეკომარკა განისაზღვრება როგორც ნებაყოფლობითი გარემოსდაცვითი მარკა საქონლისა და/ან მომსახურებისთვის (ზოგადად მოხსენიებული, როგორც „პროდუქტები“). ეს პროდუქტები უნდა აკმაყოფილებდეს სპეციფიკურ კრიტერიუმებს, რომლებიც დაკავშირებულია მთლიანად გარემოზე ზემოქმედების შემცირებასთან. კრიტერიუმები დამოკიდებულია პროდუქტის ჯგუფზე. ევროკავშირის ეკომარკა რეგულირდება რეგულაციით (EC) NO 66/2010 და შეესაბამება სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ISO) განმარტებას პირველი ტიპის ეკომარკისთვის. ეს ნიშნავს, რომ ევროკავშირის ეკომარკა მიენიჭება ნებაყოფლობით საფუძველზე, მრავალ კრიტერიუმზე დაყრდნობით, დამოუკიდებელი მესამე მხარის მიერ, რათა მიუთითოს მთლიანი გარემოსდაცვითი უპირატესობა კონკრეტული პროდუქტის კატეგორიაში სასიცოცხლო ციკლის შეფასების საფუძველზე [4].

მსოფლიო ქვეყნების უმეტესობა, რომლებიც ეკომარკირების პროგრამებს ახორციელებენ, ხშირად თანამშრომლობენ ერთმანეთთან. ინფორმაციის გაცვლისა და ბენეფიციარების საფუძველზე ისინი ქმნიან მარკირების სქემებს, რომლებიც მწვანე ტრანსფორმაციის მიზნების მიღწევასთან ერთდ ურთიერთთავსებადობასაც ემსახურება.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



არსებული სისტემების ეროვნულ ეფექტიანობასთან დაკავშირებით ქვეყნების ოთხი ჯგუფი შეიძლება გამოიყოს [5]:

- წინამორბედთა ჯგუფი, რომლებსაც მსგავსი მარკირების სქემა აქვთ და განვითარების მსგავსი გზა გაიარეს. ამასთან, ეს ეს სქემები დიდი ხნის წინ დაინერგა (1990 წლამდე) და სისტემა უფრო ეფექტიანად მუშაობს. ეს ქვეყნებია: გერმანია, კანადა, სკანდინავიური ქვეყნები და იაპონია. წარმატებები უკავშირდება პროდუქციის კატეგორიების, ლიცენზირებული კომპანიების და სერტიფიცირებული პროდუქტების რაოდენობას.

- 1990 წლის შემდეგ შემოღებული სტაბილური, მაგრამ ნაკლებად ყოვლისმომცველი მარკირების სისტემების მეორე ჯგუფი მოიცავს ძირითადად ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებს, როგორცაა ავსტრია, საფრანგეთი ან ნიდერლანდები, ისევე როგორც ზოგიერთი ახლად ინდუსტრიული ქვეყანა აზიაში.

- 1993 წელს დაიწყო აღმოსავლეთ ევროპის გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში საკუთარი სისტემების შექმნა. ამ ინიციატივების შედეგები შერეულია, პროდუქციის კატეგორიები და პროდუქციის რაოდენობა შეზღუდულია.

- მეოთხე ჯგუფში შედიან განვითარებადი ქვეყნები, რომელთა ეკონომიკის სისტემები არც თუ ისე კარგია და ვერ აკმაყოფილებს გარემოსდაცვითი პოლიტიკის საჭიროებებს.

გლობალური ეკონომიკის ქსელი [6], რომელიც 60-მდე ქვეყანას აერთიანებს და შემუშავებული აქვს კრიტერიუმები 1500 მონიწივე დონის სტანდარტის საფუძველზე, მიუთითებს, რომ მომხმარებელთა ცნობიერება ეკონომიკის შესახებ განსხვავებულია რეგიონების მიხედვით. ამავე ორგანიზაციის მონაცემებით ჩინეთი ლიდერობს სერტიფიცირებული პროდუქტების რაოდენობით, რომელმაც 2022-2023 წლებში 1500000 შეადგინა. ზოგიერთი სხვა ქვეყნის მონაცემი ასახულია ცხრილში 1.

განვითარებულ ქვეყნებში შემუშავებულია ეკონომიკის განსხვავებული სქემები. ისინი ხასიათდება კომუნიკაციის ტიპისა და იმ სტანდარტების თავისებურებების მიხედვით, რომლებზეც ისინი დაფუძნებულია. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებში გამოიყენება სამი სახის კომუნიკაცია [7]:

პირველ კატეგორიაში შედის გარემოსდაცვითი მარკირება სერტიფიკაციის საფუძველზე. მიუხე-

დავად იმისა, რომ მარკის მოპოვებამ შეიძლება მოითხოვოს დეტალური გარემოსდაცვითი ინფორმაცია შესაბამისი ტერიტორიის შესახებ, ინფორმაცია უზრუნველყოფილია მარტივი, დაუყოვნებლივ თვალსაჩინო ფორმატში.

მეორე კატეგორია ეყრდნობა კომპლექსური ანგარიშგების მეთოდებს, რომლებიც უფრო ახლოა გარემოსდაცვით აუდიტთან და საჭიროებს მეტ დროს მომხმარებლებისთვის. ისინი ყურადღებას ამახვილებენ გარემოს ატრიბუტებზე, რომელთა გაზომვაც შესაძლებელია.














მესამე - შუალედური სქემები იძლევა გამარტივებულ ნაწილობრივ რაოდენობრივ ინფორმაციას, მაგალითად, მრავალსაფეხურიანი რეიტინგის შესახებ, რათა მიიპყრონ მომხმარებლის ყურადღება და მაინც ჩართონ უფრო მონიწივე კატეგორიზაციაში, ვიდრე მარკირებაა.

სქემების განვითარებასა და ოპერირებაში ჩართული არიან მიმწოდებლებისა და მომხმარებლების მხარეები. მიმწოდებლები განსაზღვრავენ თუ რა ინფორმაცია და რა პროდუქტზე უნდა მიეწოდოს, ამასთან, რა ფორმატით და როგორ. მათ ძირითად ამოცანებს განეკუთვნება სტანდარტის ჩამოყალიბება, მისი გამოყენება შიდა და გარე პროდუქტებსა და მომსახურებებზე, განხორციელების შემონახვა ან სერტიფიცირების ზედამხედველობა და პოპულარიზაცია. მათ შორის მოიაზრება ისეთი კამპანიების განხორციელება, როგორცაა გარემოსდაცვითი დეკლარაციების გამოქვეყნება, არასამთვრობო ორგანიზაციების მიერ სასერტიფიკატო მომსახურებების შეთავაზება და სახელმწიფო უწყებების მიერ ეროვნული პირველი ტიპის ეკონომიკის წარმოება.

ეკონომიკისა და საინფორმაციო სისტემის მუშაობაში ჩართული არიან სხვადასხვა აქტორები - სახელმწიფო, ბიზნესი, არასამთავრობო ორგანიზაციები, მომხმარებლები. აქტიურად მუშაობს არხები B2B (ბიზნესი-ბიზნესი), B2C (ბიზნესი-მომხმარებელი), B2G (ბიზნესი-სახელმწიფო), G2C (სახელმწიფო-მომხმარებელი). მომხმარებელთა ჩართულობა განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს საერთო აქტივობაში (დაახლოებით 70 %). მონაწილე ინსტიტუტები თავიანთი საქმიანობით პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზეგავლენას ახდენენ მწვანე ტრანსფორმაციაზე. მათ შორის აღსანიშნავია [8]:

*მხარდაჭერი ინსტიტუტები და ასოციაციები*, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ მათი წევრების კონკრეტული სქემების პოპულარიზაცია და მიზნების მხარდაჭერაში. მაგალითად, ასე-

ცხრილი 1. გლობალური ეკომარკირების ქსელის ზოგიერთი წევრი ქვეყნის და სერტიფიცირებული პროგრამების 2022-2023 წლის მონაცემები [6]

ქვეყანა/რეგიონი	პროგრამა	ლოგო	ვალიდური სტანდარტები	კომპანიების მონაწილეობა	სერტიფიცირებული პროდუქტები
აგსტრალია	BECA		28	100	3,000
ბრაზილია	ABNT Ecolabel Hummingbird		21	110	2,484
ჩინეთი	China Environmental Labelling		109	5,437	1,500,000
ჩინეთი	China Environmental Friendly Certification		50	240	1,200
ევროპის კავშირი	EU Ecolabel		24		89,357
გერმანია	Green Product Mark		20	20	16
გერმანია	The Blue Angel Ecolabel		100	1,700	20,000
იაპონია	Eco Mark Program		72	1,366	46,958
კორეა	Korean Ecolabel Program		165	4,289	16,409
ნიდერლანდები	On the Way to PlanetProof		4	2,800	101,097
ნორდული ქვეყნები	Nordic Swan Ecolabel		56	1,500	47,000
შვედეთი	TCO Certified		12	25	3,600
ჩრდილოეთი ამერიკა	Ecologo		45	243	4,382

თია ორგანული სოფლის მეურნეობის მოძრაობის საერთაშორისო ფედერაცია (IFOAM), რომელმაც მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა ორგანული სერტიფიკატების უაღრესად ფრაგმენტირებული საერთაშორისო ბაზრის ჰარმონიზაციაში; გლობალური ეკომარკირების ქსელი (GEN) არის არაკომერციული ასოციაცია, რომელიც ხელს უწყობს ISO პირველი ტიპის ეკომარკირებასა და გარემოსდაცვით პროდუქტებს 60-მდე ქვეყანაში.

ინვენტარიზაციის დანესებულებები უშუალოდ არ მონაწილეობენ სქემების შემუშავებასა და გამოყენებაში. ზოგიერთი დანესებულება შექმნილია

კომერციული და არა გარემოსდაცვითი მიზნებისთვის, თუმცა ყველა მათგანი მიზნად ისახავს გზამკვლევების მიწოდებას ეკომარკირებისა და საინფორმაციო სისტემების გამრავლებისთვის. ასეთია, მაგალითად, Greener Choices - ინტერნეტ ინსტრუმენტი, რომელიც მომხმარებლებს მზარდი რაოდენობის გზამკვლევა სქემებისა და მწვანე რეცხვის შეკავებისთვის; EcoLabel Index - შემუშავებული კომპანია BigRoom-ის მიერ; გლობალური ინვენტარიზაციის ინსტიტუტი - ეკომარკირებისა და ინფორმაციის სისტემებისთვის - ELIS; ზოგიერთ საჯარო დანესებულებას შემუშავებული აქვს მო-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



ნაცემთა ბაზები საჯარო ხელმძღვანელობისთვის; საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრს (ITC) ვებგვერდზე აქვს სტანდარტების რუკა, რომელიც მოიცავს დეტალური ინფორმაციას 100-ზე მეტ სტანდარტსა და ხელსაწყოზე, რაც ეხმარება ექსპორტიორებს სქემის არჩევაში; იაპონიის გარემოსდაცვის სამინისტროს შემუშავებული აქვს გარემოსდაცვითი შესაბამისი მარკების მონაცემთა ბაზა.

პოლიტიკის მხარდაჭერი ინსტიტუტები ხელს უწყობენ დისკუსიას ინსტიტუციურ აქტორებს შორის და უზრუნველყოფენ ანალიტიკურ მხარდაჭერას. მაგალითად, აღნიშნულ მიზნებს ემსახურება გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოსდაცვითი პროგრამა (UNEP), რომელიც დიდი ხანია ახორციელებს პროგრამას პროდუქტის მდგრადობის შესახებ საერთო პრინციპების შემუშავების, მათ შორის მარკირებისთვის. ამავე მიზნებს ემსახურება გაეროს მიერ შემუშავებული მდგრადობის ნებაყოფლობითი სტანდარტები. კვლევითი ცენტრები, მეცნიერები, კერძო პირები, საკონსულტაციო ფირმები ასევე ჩართულნი არიან ეკომარკირების და საინფორმაციო სქემების პოლიტიკის მხარდაჭერაში.

პლატფორმები და კონსორციუმები აერთიანებს ეკომარკირებისა და საინფორმაციო სქემების კერძო მიმწოდებლებსა და პოლიტიკის მხარდაჭერი ინსტიტუტებს საერთო სანდო სტანდარტების განვითარებისა და გამოყენებისთვის. აღნიშნულს ემსახურება გლობალური ანგარიშგების ინიციატივა (GRI) 500-ზე მეტი წევრით, მათ შორის არის ბიზნესი, სამოქალაქო საზოგადოების ჯგუფები და სამთავრობო სააგენტოები.

ჩარჩოს განსაზღვრელი ინსტიტუტები განსაზღვრავენ და ახორციელებენ წესებს და რეგულაციებს ეკომარკირების და საინფორმაციო სქემების ბოროტად გამოყენების თავიდან ასაცილებლად. მაგალითად, მსოფლიო ვაჭრობის ორგანიზაცია (WTO) იყენებს შესაბამის წესებს ეკომარკირების გამოყენებისთვის და უფრო მეტად ეყრდნობა სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციას (ISO). ეროვნულ დონეზე მთელი რიგ ქვეყნებს გამოქვეყნებული აქვთ გზამკვლევები, რომლებიც ხელს უწყობს გარემოსდაცვითი პრეტენზიების კონტროლის რეგულირებას.

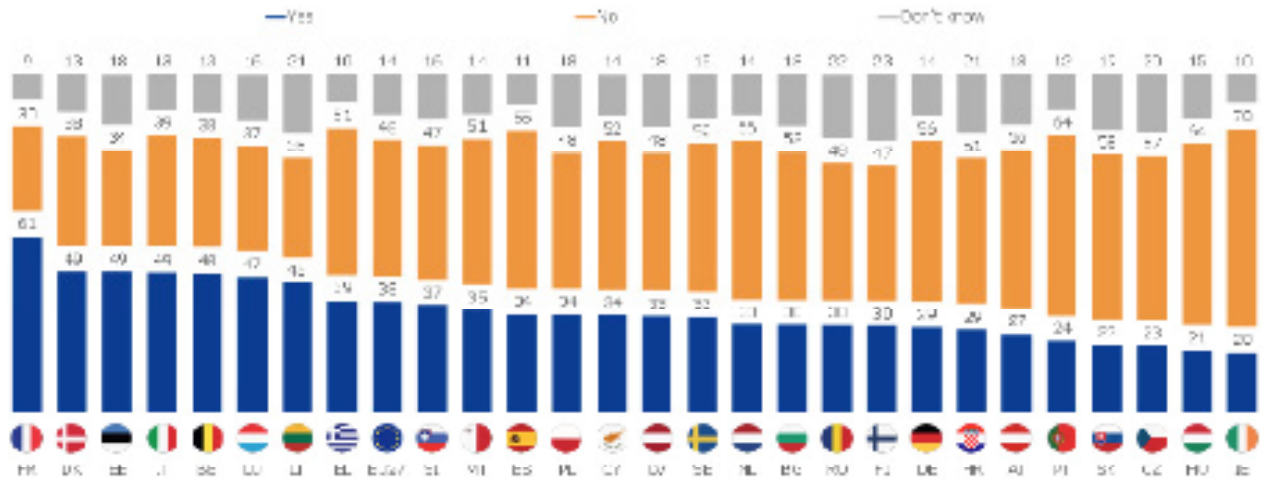
ეფექტიანობის მისაღწევად მუდმივად მიმდინარეობს მუშაობა რიგ გამოწვევებზე. მაგალითად, ბევრი სქემა ჯერ კიდევ არ ეყრდნობა პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის მიდგომებს, რადგან მისი დამონება შეიძლება ძალიან ძვირი იყოს და არ

მოიტანოს დიდი მოგება გარემოსდაცვითი გამჭვირვალობის თვალსაზრისით; ზოგიერთი სქემა იყენებს სტანდარტებს, რომლებიც დაფუძნებულია საქონლის წარმოების ფაზის შემოქმედებაზე, საბოლოო პროდუქტის ფიზიკურ მახასიათებლებზე აუცილებლად გავლენის გარეშე; დიდია მესამე მხარის აუდიტის ან გადამონმების ნილი, რაც სქემების გამჭვირვალობის პრობლემებზე მიუთითებს და სხვა. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი უკავშირდება სქემების საერთაშორისო დაფარვას. ზოგიერთი სქემა, რომელიც შექმნილია ერთ ქვეყანაში, რომლის მიზანია გამოყენებული იქნას მხოლოდ ამ ქვეყანაში გაყიდული პროდუქტებისთვის, გამოიყენება სხვა ქვეყნებში მოთხოვნის საფუძველზე ბაზრის ნებაყოფლობითი ათვისების ან უცხოური მთავრობების მიერ დამტკიცების გამო. სხვები ისეა შექმნილი, რომ მათი აღიარება და გამოყენება მრავალ ქვეყანაშია შესაძლებელი. მიუხედავად იმისა, რომ სქემების უმეტესობა წარმოიშვა ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში, ზოგიერთ ქვეყანაში მათ ბაზარზე არსებული სქემების 50%-ზე მეტი მოდის მსოფლიოს სხვა რეგიონებიდან.

ეკომარკირებისადმი მომხმარებელთა ინტერესის ზრდის წინაპირობა მათი ცნობიერების დონის ამაღლებაა. ევრობარომეტრის მონაცემებით, ევროკავშირში იზრდება მოქალაქეების ინფორმირებულობა და ნდობა ევროკავშირის ეკომარკის მიმართ; ევროკავშირის მოქალაქეების 38% ცნობს ევროკავშირის ეკომარკას; 73% ამბობს, რომ პროდუქტის გავლენა გარემოზე არის „ძალიან მნიშვნელოვანი“ ან „საკმაოდ მნიშვნელოვანი“ შესყიდვის გადაწყვეტილების მიღებისას; 60% აცხადებს, რომ მათ იყიდეს პროდუქტები სპეციალურად მათი გარემოზე დაბალი შემოქმედების გამო, ხოლო 38% აღნიშნავს, რომ ხშირად ან ზოგჯერ ყიდულობს პროდუქტებს ევროკავშირის ეკომარკით [9] (ნახაზი 1).

საქართველოში სახელმწიფოს მხრიდან გატარებული ღონისძიებებიდან, რომლებიც ეკო-მარკირებას ეძღვნებოდა, აღსანიშნავია რიგი რეგულაციების შემოღება, მათ შორის საქართველოს მთავრობის 2013 წლის დადგენილება №198 „ბიონარმოების შესახებ“ [10], რომელიც განსაზღვრავს ბიომეურნეობის მართვის, ბიოპროდუქტის წარმოების, გადამუშავების, ნიშანდების, ეტიკეტირების, დისტრიბუციის, რეალიზაციის, ასევე, ნებაყოფლობითი სერტიფიკაციის წესსა და მასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. დადგენილების მიხედვით „ბიო“, „ეკო“, „ორგანული“ – ბიონარმოებიდან მიღებული

ნახ. 1. ევროკავშირის ქვეყნების მოქალაქეთა მიერ პასუხების გადანაწილება ევროკავშირის ეკომარკის ცნობადობის შესახებ (%) [9]



ან ბიონარმოებასთან დაკავშირებული პროდუქტია. მე-15 მუხლი მთლიანად ეძღვნება ბიოპროდუქტის ეტიკეტირება/ნიშანდებას. სურსათი/ცხოველის საკვები მიჩნეული იქნება ბიოპროდუქტად თუ ეტიკეტზე/ ნიშანდებაზე, რეკლამაში და კომერციულ დოკუმენტში, აღნიშნულია ტერმინები: „ბიოლოგიური“, „ორგანული“, „ეკოლოგიური“, „ეკოლოგიურად სუფთა“, „ბიო“, „ეკო“, მსგავს სიტყვათა ნებისმიერი კომბინაცია, აბრევიატურა, სიმბოლო, სავაჭრო ნიშანი, ან/და ლოგო.

აღნიშნული დებულების მიხედვით, შესაბამისობის სერტიფიკატის გაცემის უფლება აქვს მხოლოდ სერტიფიცირებულ ორგანოს, რომელიც აკრედიტებულია აკრედიტაციის ცენტრის ან საერთაშორისო აკრედიტაციის ორგანოს მიერ. ამგვარი სერტიფიცირების ორგანო ბიოპროდუქტისათვის არის შპს კავკასსერტი [11], რომელიც გაცემს „მწვანე კავკასის“ მარკას. აკრედიტაციის ცენტრს არ აქვს გაცემული აკრედიტაცია სერტიფიცირების ორგანოსათვის. მწვანე კავკასის მარკა, შექმნილია ქართული და სომხური კომპანიების მიერ (შესაბამისად, კავკასსერტი და ეკო-გლობი) [12].

გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ (საქართველოს გარემოსდაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო) ეკომარკირების ხელშეწყობის მიმართულებით ჩატარებული ღონისძიებებიდან აღსანიშნავია ტრენინგი, რომელიც მიზნად ისახავდა ცნობიერების ამაღლებას ეკომარკირების კონცეფციის შესახებ, საქართველოში საჯარო უწყებებს, საჯარო მოხელეებსა და კერძო სექტორის წარმომადგენლებს შორის, ასევე, ინფორმირებას ეკომარკირების სისტემების გამოყენების სარგებლის

შესახებ საზოგადოებისა და ბიზნესისათვის (53 პირი) [13]; მომზადდა დოკუმენტი სახელწოდებით „ეკო-მარკირება საქართველოში“, შემუშავდა გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობის შესახებ საქართველოს კანონის ხუთი კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტის პროექტი, მომზადდა სოფლის მეურნეობაში ცოდნისა და ინფორმაციის სისტემა (AKIS), მოხდა მდგრადი საჯარო შესყიდვების ხელშეწყობის მიზნით შესაბამისი კანონქვემდებარე აქტების შემუშავება [13]; ცენტრის მხარდაჭერით მომზადდა გარემოსდაცვითი მარკირების სახელმძღვანელო საქართველოში [14]. როგორც ეს გზამკვლევი მიუთითებს, „აღიარებულია, რომ ეკომარკირება მხოლოდ იმ შემთხვევაშია წარმატებული, თუკი მისი ყველა მონაწილე ჩართულია პროცესში და თანამშრომლობს ერთმანეთთან. პროცესში ჩართული სუბიექტები არიან: სახელმწიფო, მომხმარებლები, პროგრამის ხელმძღვანელები, ინდუსტრიის წარმომადგენლები, გამყიდველები, მწარმოებლები, მომსახურების მიმწოდებლები, საერთაშორისო საზოგადოება და სხვა დაინტერესებული პირები, მაგალითად, როგორცაა, არასამთავრობო ორგანიზაციები. სახელმწიფო, ხშირად ჩართულია პირველი ტიპის ეკო-მარკირების ჩამოყალიბების პროცესში, რათა უზრუნველყოფილი იყოს მომხმარებელთა მხრიდან სანდოობა“.

**დასკვნები და რეკომენდაციები**

ეკომარკირებას როგორც პოლიტიკის ინსტრუმენტს, მნიშვნელოვანი როლის შესრულება უშუალოდ მწვანე ტრანსფორმაციაში. მიუხედავად იმისა, რომ მრავალ ქვეყანაში იგი ნებაყოფლობით ხასიათს

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



ატარებს, ამ ნიშნის მატარებელ პროდუქტებს მეტი სანდოობა აქვს. თუ გავითვალისწინებთ გარემოსდაცვითი მიმართულებით მკაცრი სტანდარტების დამცველ ქვეყნებს, ეკომარკის მატარებელი პროდუქტები აკმაყოფილებენ გარემოზე ზემოქმედების ისეთ ასპექტებს, როგორცაა რესურსების მოხმარების შემცირება, ემისიების შეზღუდვა და ეკოსისტემებზე ზემოქმედების შემცირება. მწარმოებლების ინტერესში შეიძლება იყოს ეკომარკის მეშვეობით კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება, რაც საერთშორისო ბაზრებზე შესვლის გამარტივებასაც უწყობს ხელს.

ეკომარკირების გამართული სქემების მუშაობა მომხმარებლებს შესაძლებლობას აძლევს, ამოიცნონ პროდუქტები, რომლებიც გარემოზე ნაკლებად უარყოფითად ზემოქმედებენ.

როგორც მწარმოებელთა, ისე მომხმარებელთა ინფორმირებულობა გარემოსდაცვითი მიზნების მიღწევის წინაპირობაა. სხვადასხვა ქვეყანაში არსებული წარმატებული პროგრამებისა და სქემების გაცნობა მეტად მნიშვნელოვანია. ამგვარი სქემების

ფარგლებში ხორციელდება პროგრამები, რომლიც განვითარებასა და ოპერირებაში ჩართულია სახელმწიფო, ბიზნესი, არასამთვრობო ორგანიზაციები და მომხმარებლები. მათი ფუნქციები მოიცავს: სტანდარტის ჩამოყალიბებას, მისი გამოყენების პირობებს, განხორციელების შემონახვას ან სერტიფიცირების ზედამხედველობას, პოპულარიზაციას და ა.შ.

საქართველოში ეკომარკირების მიმართულებით ცალკეულ სუბიექტების მიერ გატარებული ღონისძიებების საერთო შედეგების შეფასება რთულია, რადგან დღეისათვის არ არსებობს სათანადო სტატისტიკა. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იქნება მომხმარებელთა დამოკიდებულების კვლევა ეკომარკირებისადმი.

სხვადასხვა ინსტიტუტების მიერ გარემოსდაცვითი მიმართულებით განხორციელებული აქტივობების მიუხედავად საჭიროა უფრო მეტი ყურადღება მიექცეს ეკომარკირების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას და მისი პოტენციალის გამოყენებას მწვანე ტრანსფორმაციის პროცესში.