



ევროკავშირი  
საქართველოსთვის

**EU4Environment**  
Green Economy in Eastern Partner Countries



გარემოს დაცვისა და სოფლის  
მეურნეობის სამინისტრო

# არსებული ეკო-მარკირების სისტემების შეფასება საქართველოში

2021

Action implemented by:



**THE WORLD BANK**  
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



საზოგადოებრივი ინფორმაციისა და  
განათლების ცენტრი

წინამდებარე ანგარიში მომზადებულია „ევროკავშირი გარემოსდაცვითი ქმედებებისთვის“ (EU4Environment) პროექტის ფარგლებში, დაფინანსებულია ევროკავშირის მიერ და ხორციელდება OECD, UNECE, UNEP, UNIDO და World Bank მიერ. ანგარიში მომზადებულია სსიპ გარემოსდაცვითი ინფორმაციის და განათლების ცენტრის მხარდაჭერით. დოკუმენტზე წარმოდგენილ იქნა შენიშვნები გაეროს გარემოსდაცვითი პროგრამის (UNEP) მიერ.

ანგარიშში გამოხატული ხედვები ეკუთვნის მხოლოდ ავტორს და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იქნეს მიჩნეული ევროკავშირის, მისი წევრების, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების ან განმახორციელებელი ორგანიზაციების პოზიციად.

წინამდებარე ანგარიში და მასში შეტანილი ნებისმიერი რუკა ზიანს არ აყენებს რომელიმე ქვეყნის სტატუსს ან სუვერენიტეტს, საერთაშორისო საზღვრებისა და საზღვრების დელიმიტაციას და ნებისმიერი ტერიტორიის, ქალაქის ან ტერიტორიის სახელს.

ანგარიში შექმნილია ევროკავშირის ფინანსური დახმარებით.

ანგარიშში მოცემული ტექსტის გამოყენება დასაშვებია მხოლოდ წყაროს სათანადო მითითების შემთხვევაში.

დაუშვებელია დოკუმენტის გაყიდვა.

ციტირებისას მიუთითეთ: *EU4Environment (2021), “არსებული ეკო-მარკირების სისტემების შეფასება საქართველოში”*

© 2021, UNEP. ყველა უფლება დაცულია. ლიცენზირებულია ევროკავშირის მიერ პირობებით.

## სარჩევი

აბრევიატურები .....	4
შესავალი .....	5
I. საქართველოს კონსტიტუცია.....	6
II. საერთაშორისო შეთანხმებები ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით.....	7
III. შიდა ნორმატიული აქტები ეკო-მარკირების სფეროში .....	8
III.1. „გარემოს დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი.....	9
III.2. ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები.....	10
III.2.1. დებულება .....	10
III.2.2. ბიომრავალფეროვნების სტრატეგია.....	10
III.2.3. გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის დებულება.....	11
IV. ეკო-მარკირების მსგავსი სისტემა - ეტიკეტირება.....	13
V. ბიოპროდუქცია და აკრედიტაცია.....	14
VI. ხარისხის ნიშანი .....	16
VII. გარემოს დაცვა და ეკონომიკა .....	17
დასკვნა და რეკომენდაციები .....	18

## აბრევიატურები

DCFTA	ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის შეთანხმება
EC	ევროპული გაერთიანება
EU	ევროპული კავშირი
FOAG	შვეიცარიის სოფლის მეურნეობის ფედერალური ოფისი
ISO	სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია
OECD	ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობის და განვითარების ორგანიზაცია
UNECE	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ევროპის ეკონომიკური კომისია
UNEP	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოსდაცვითი პროგრამა
UNIDO	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის სამრეწველო განვითარების ორგანიზაცია

## შესავალი

წინამდებარე დოკუმენტში გაანალიზებული და შეფასებული იქნება ეკო-მარკირების არსებული სისტემები საქართველოში. პირველ რიგში განხორციელდება საქართველოში არსებული ნორმატიული აქტების ანალიზი, რაც მნიშვნელოვანია იმისათვის, რომ დადგინდეს ეკო-მარკირების სისტემების ფუნქციონირების სამართლებრივი საფუძვლები. შეფასებული იქნება საქართველოს კონსტიტუცია, საერთაშორისო შეთანხმებები, გარემოს დაცვის შესახებ საქართველოს კანონი და სხვა შიდა ნორმატიული აქტები. გარდა ამისა, წარმოდგენილი იქნება ეკო-მარკირების მსგავსი სისტემების მიმოხილვა და საქართველოს კანონმდებლობის ზოგადი მიდგომა გარემოს დაცვის და ეკონომიკის ურთიერთმიმართებაზე.

მნიშვნელოვანია, რომ სხვადასხვა ნიშანდება ემსახურება როგორც მომხმარებელთა ინფორმირებულობის დონის ამაღლებას სხვადასხვა პროდუქტის თუ სერვისის შესახებ, აგრეთვე, საერთაშორისოდ აღიარებულია, რომ ნიშანდება ბიზნეს ოპერატორების კონკურენტუნარიანობას ზრდის. ამ მხრივ, ეკო-მარკირება მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, რამდენადაც ამგვარი ნიშანდების მქონე კომპანიის პროდუქტი თუ სერვისი მაღალი ნდობით გამოირჩევა.

წინამდებარე ანგარიშის მიზანია გამოკვეთოს ის საკითხები, რომელიც მნიშვნელოვანია ეკო-მარკირების ეფექტიანი დანერგვის პროცესში საქართველოში, საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით. აღნიშნული შეფასება დაეხმარება სახელმწიფო ორგანოებს შემდგომი ნაბიჯების უკეთ დაგეგმვაში.

გასათვალისწინებელია, რომ ეკო-მარკირება ქართულ ბიზნესს დაეხმარება საერთაშორისო ბაზრებზე მათი პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალის ზრდაში. მსოფლიო ბაზარზე უფრო და უფრო იზრდება მოთხოვნა ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის მიმართ.

ცხადია, ეკო-მარკირების ეფექტიანი სისტემების დანერგვა დაკავშირებულია სხვადასხვა გამოწვევასთან, შესაბამისად, მნიშვნელოვანი იქნება იმ გამოწვევების შეფასება და ანალიზი, რომელიც საჭიროა ამგვარი სისტემების დანერგვის პროცესში.

ანგარიშში ასევე წარმოდგენილია სერტიფიცირების პროცედურების ბიოპროდუქციისთვის და ასახულია ინფორმაცია კომპანიის შესახებ, რომელიც არის სერტიფიცირების ორგანო. ეკო-მარკირების სისტემები საქართველოში არ არის განვითარებული. რამდენადაც არ არსებობს ეროვნული ეკომარკა, გაანალიზებულია მასთან ყველაზე ახლოს მდგომი არის ბიოპროდუქციის სერტიფიცირების პროცედურა. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ ჩამოყალიბდეს ეროვნული ეკომარკა მომხმარებელთა სასარგებლოდ და ქართული პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალის გაზრდის მიზნით. შესაბამისად, გაცემულია რეკომენდაცია სხვადასხვა ტიპის პროდუქციისთვის ამგვარი სისტემების წახალისების და შექმნის შესახებ.

## I. საქართველოს კონსტიტუცია

საქართველოს კონსტიტუციით გარანტირებულია გარემოს დაცვის უფლება, როგორც ადამიანის ძირითადი უფლება. საქართველოს კონსტიტუციის მიხედვით, გარემოს დაცვის უფლება მოიცავს გარემოს მდგომარეობის შესახებ სრული ინფორმაციის დროულად მიღების უფლებას.

### *მუხლი 29. გარემოს დაცვის უფლება*

*1. ყველას აქვს უფლება ცხოვრობდეს ჯანმრთელობისთვის უვნებელ გარემოში, სარგებლობდეს ბუნებრივი გარემოთი და საჯარო სივრცით. ყველას აქვს უფლება დროულად მიიღოს სრული ინფორმაცია გარემოს მდგომარეობის შესახებ. ყველას აქვს უფლება ზრუნავდეს გარემოს დაცვაზე.*

სახელმწიფოს ვალდებულება, რომ უზრუნველყოს გარემოს მდგომარეობის შესახებ ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა რამდენიმე კომპონენტს მოიცავს. აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით, საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლომ რამდენჯერმე გააკეთა მნიშვნელოვანი განმარტება. ერთ-ერთი განმარტების<sup>1</sup> მიხედვით,

*„ინფორმაციის შეგროვებისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის ვალდებულება შესაძლებელია შესრულდეს სხვადასხვა ფორმით, იმ პირობით, რომ საზოგადოება სრულყოფილად იქნება ინფორმირებული გარემოს მდგომარეობის შესახებ. აღნიშნული ვალდებულება შესაძლოა შესრულდეს უშუალოდ სახელმწიფოს მიერ გარემოს მდგომარეობის პარამეტრების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის გზით. ამავდროულად, შესაძლებელია, სახელმწიფომ საკუთარი პოზიტიური ვალდებულება შეასრულოს სხვა პირებისათვის აღნიშნული ინფორმაციის შეგროვებისა და საზოგადოებისათვის ინფორმირების ვალდებულების დაწესებით. საქართველოს კონსტიტუციის [37-ე მუხლის მე-5 პუნქტით]<sup>2</sup> დაწესებული მოთხოვნები შესრულებული იქნება, თუ საზოგადოება მიიღებს სრულყოფილ ინფორმაციას გარემოს მდგომარეობის შესახებ, იმის მიუხედავად, ამ ინფორმაციას სახელმწიფო თავად შეაგროვებს და მიაწვდის, თუ უზრუნველყოფს კერძო პირების მიერ შეგროვებულ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობას.“*

მნიშვნელოვანია, რომ ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები შესაძლებელია განხილულ იქნეს სწორედ კონსტიტუციით გარანტირებულ გარემოს შესახებ ინფორმაციის მიღების უფლების კონტექსტში, რაც გააძლიერებს აღნიშნული სისტემის ეფექტიან დაწესებას და განხორციელების პროცესს. აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკირება სწორედ

<sup>1</sup> იხ. საკონსტიტუციო სასამართლოს 2018 წლის 14 დეკემბრის გადაწყვეტილება N3/1/752.

<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/4415525?publication=0>

<sup>2</sup> საკონსტიტუციო სასამართლოს გადაწყვეტილების მიღების დროს ინფორმაციის მიღების უფლებას აწესრიგებდა კონსტიტუციის 37-ე მუხლის მე-5 პუნქტი.

ინფორმაციის მიღების უფლებასთან არის კავშირში, როგორც ეს განხილულია ქვემოთ, ორჰუსის კონვენციასთან დაკავშირებით ნაწილში.

## II. საერთაშორისო შეთანხმებები ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით

გარემოსდაცვით სფეროში საქართველო არაერთი მნიშვნელოვანი საერთაშორისო შეთანხმების მონაწილე მხარეა. საერთაშორისო შეთანხმებებიდან გამომდინარე, საქართველოს არჩეული აქვს გზა, რომელიც გულისხმობს საქართველოს კანონმდებლობის დაახლოებას საერთაშორისო გარემოსდაცვით სტანდარტებთან და მიდგომებთან.

სხვა შეთანხმებებთან ერთად, საქართველოს კონკრეტულად ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით აღებული აქვს სხვადასხვა ვალდებულება საერთაშორისო თანამეგობრობის წინაშე.

ხაზი უნდა გაესვას საქართველოს ნებას ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებიდან<sup>3</sup> გამომდინარე ეკო-მარკირების სფეროში. კერძოდ, ასოცირების შეთანხმების 239-ე მუხლის შესაბამისად, ხაზგასმულია მხარეთა ერთობლივი მუშაობის მნიშვნელობა ვაჭრობასთან დაკავშირებულ საკითხებზე გარემოსდაცვით პოლიტიკაში.

*მუხლი 239 - ვაჭრობასა და მდგრად განვითარებაზე ერთობლივი მუშაობა*

*მხარეები აცნობიერებენ ერთობლივი მუშაობის მნიშვნელობას ვაჭრობასთან დაკავშირებულ საკითხებზე გარემოსდაცვით და შრომით პოლიტიკაში, რათა მიღწეულ იქნას აღნიშნული შეთანხმების IV კარის (ვაჭრობა და ვაჭრობასთან დაკავშირებული საკითხები) მიზნები. მათ შეიძლება ითანამშრომლონ, მათ შორის შემდეგ სფეროებში:*

*1) კერძოდ და/ან სახელმწიფო სერტიფიცირების, მიკვლევადობისა და მარკირების სქემების, მათ შორის ეკო-მარკირების ხელშეწყობა;*

აღსანიშნავია, რომ ასოცირების შეთანხმებით და ევროკავშირთან ღრმა და მისი ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის (DCFTA) შეთანხმებით გათვალისწინებული უპირატესობების სრულად გამოყენება ქართული ბიზნესისთვის კიდევ უფრო მაღალ დონეზე მიიღწევა, თუკი ბიზნეს ოპერატორები დაიწყებენ ევროკავშირის ეკო-მარკის (EU Ecolabel<sup>4</sup>) მინიჭების პროცედურებს. აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის ეკო-მარკის მინიჭების შემთხვევაში, ქართულ პროდუქტს არამხოლოდ ევროკავშირის ბაზარზე იქნება აღიარებული, როგორც მაღალი ხარისხის პროდუქტი, არამედ, მთელს მსოფლიოში, რადგან

<sup>3</sup> იხ. ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთის მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის.

<https://www.matsne.gov.ge/document/view/2496959?publication=0>

<sup>4</sup> <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

აღნიშნული ეკო-მარკის მიმართ არსებობს მაღალი ხარისხის ნდობა ყველა მნიშვნელოვან საერთაშორისო ბაზარზე.

გარდა ასოცირების შეთანხმებისა, ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული ვალდებულება კიდევ ერთი საერთაშორისო აქტით არის განმტკიცებული. კერძოდ, გარემოსდაცვით საკითხებთან დაკავშირებული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის, გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში საზოგადოების მონაწილეობისა და ამ სფეროში მართლმსაჯულების საკითხებზე ხელმისაწვდომობის შესახებ კონვენციით (ორჰუსის კონვენციით)<sup>5</sup> დადგენილია წევრ სახელმწიფოთა ვალდებულება ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით.

ორჰუსის კონვენცია გარემოსდაცვით საკითხებთან დაკავშირებული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის მიზნით, ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საერთაშორისო შეთანხმებაა. საქართველომ მისი რატიფიცირება მოახდინა 2000 წლის 11 თებერვალს. ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით, ორჰუსის კონვენცია კონკრეტულ მიდგომას აწესებს.

#### **მუხლი 5 - გარემოსდაცვითი ინფორმაციის შეგროვება და გავრცელება**

*6. თითოეული მხარე მოუწოდებს მწარმოებლებს, რომელთა საქმიანობა მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს გარემოზე, შესაბამისად, ნებაყოფლობითი ეკომარკირების, ეკოლოგიური აუდიტის ან სხვა საშუალებების მეშვეობით რეგულარულად მიაწოდონ საზოგადოებას ინფორმაცია მათი საქმიანობის და პროდუქციის გარემოზე ზემოქმედების შესახებ.*

ამდენად, ორჰუსის კონვენციით ხაზგასმულია, რომ ეკომარკირების საკითხი გარემოსდაცვითი ინფორმაციის შეგროვების და გავრცელების ნაწილია.

### **III. შიდა ნორმატიული აქტები ეკო-მარკირების სფეროში**

ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით არსებული ნორმატიული აქტების ჩამონათვალი საკმაოდ მცირეა. კანონმდებლობა აქტიურად არ არეგულირებს აღნიშნულ საკითხს. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით კანონმდებლობის მიდგომები სხვადასხვა დროს

---

<sup>5</sup> იხ. გარემოსდაცვით საკითხებთან დაკავშირებული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის, გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში საზოგადოების მონაწილეობისა და ამ სფეროში მართლმსაჯულების საკითხებზე ხელმისაწვდომობის შესახებ, ორჰუსი, დანია, 23-25 ივნისი 1998 წ.



განსხვავებული იყო. წინამდებარე ქვეთავში წარმოდგენილი იქნება კანონმდებლობის ქრონოლოგია ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით.

### III.1. „გარემოს დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი

„გარემოს დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი მიღებულ იქნა 1996 წლის 10 დეკემბერს. კანონის თავდაპირველ ვერსიაში გათვალისწინებული იყო ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები. აღნიშნული საკითხი ცალკე მუხლით იყო რეგულირებული.

#### **მუხლი 19. ეკომარკირება**

- 1. ეკომარკა წარმოადგენს ნიშანს, რომელიც მიენიჭება საქართველოში წარმოებულ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას მომხმარებელთა უკეთ ორიენტირებისა და აღნიშნული პროდუქციის წარმოების სტიმულირების მიზნით.*
- 2. ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას ეკომარკას ანიჭებს სამინისტროსთან არსებული ეკომარკირების საუწყებატაშორისო კომისია, რომლის შემადგენლობაში შედიან საქართველოს ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს, სხვა დაინტერესებული უწყებებისა და საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები.*
- 3. ეკომარკირების წესი და საუწყებატაშორისო ეკომარკირების კომისიის შემადგენლობა განისაზღვრება დებულებით „ეკომარკირების შესახებ“, რომელსაც შეიმუშავენ და ამტკიცებს სამინისტრო.*
- 4. ეკომარკით უკანონოდ სარგებლობა ისჯება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.*

აღნიშნულმა მუხლმა დროთა განმავლობაში სხვადასხვა დროს ცვლილებები განიცადა. თუმცა, ყველა ცვლილება დაკავშირებული იყო მხოლოდ სამინისტროს სახელწოდების ცვლილებასთან და სხვა შინაარსობრივი ცვლილება მუხლში არ ყოფილა შეტანილი.<sup>6</sup>

2011 წლის 11 მარტს განხორციელებული ცვლილებების შედეგად, კანონიდან საერთოდ ამოღებულ იქნა მე-19 მუხლი, რომელიც ეკო-მარკირებას ეხებოდა. აღნიშნული საკანონმდებლო ცვლილების განმარტებით ბარათში მითითებულია, რომ მიზანია იმ ცვლილებებთან ჰარმონიზაცია, რომელიც განხორციელდა მთავრობის სტრუქტურაში, კერძოდ, გარემოს დაცვის სამინისტროს გამოეყო ბუნებრივი რესურსების მართვასთან დაკავშირებული კომპეტენციები. თუმცა, არაფერია ნათქვამი, რატომ იქნა ამოღებული

<sup>6</sup> იხ. მუხლში შეტანილი ცვლილებები

<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/16654?publication=0>

<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/17248?publication=0>

<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/1366?publication=0>

ეკომარკირებასთან დაკავშირებული ფუნქციები. მთავრობის სტრუქტურაში ცვლილებები იმგვარად განხორციელდა, რომ ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული ფუნქციები არ იქნა მიკუთვნებული არც გარემოს დაცვის და არც ენერგეტიკის და ბუნებრივი რესურსების სამინისტროსთვის.

შედეგად, გარემოს დაცვის შესახებ საქართველოს კანონში 2011 წლის შემდეგ აღარ არის რეგულირებული ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები.

### III.2. ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები

გარდა კანონისა, სხვადასხვა დროს მიღებულ იქნა კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები.

#### III.2.1. დებულება

პირველ რიგში, აღსანიშნავია საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის მინისტრის 1999 წლის 15 იანვრის N3 ბრძანებით დამტკიცებული ეკომარკირების შესახებ დებულება. აღნიშნული დებულებით შექმნილი იყო ასევე ეკომარკირების უწყებათაშორისო კომისია, რომლის შემადგენლობა განისაზღვრებოდა 15 წევრის ოდენობით, რომლის პერსონალური შემადგენლობა უნდა ყოფილიყო განსაზღვრული მინისტრის ბრძანებით.

დებულებით განსაზღვრული იყო ასევე პროდუქციის დადგენის, ეკომარკის მოქმედების, ეკომარკით სარგებლობის, ეკომარკის მინიჭებისათვის საჭირო დოკუმენტაციის, ეკომარკით სარგებლობის საკითხები. ამასთან, ბრძანებით გათვალისწინებული იყო ექსპერტთა ჯგუფის შექმნა.

აღსანიშნავია, რომ ბრძანებაში მითითებულია, რომ დებულების მიღების მიზანია გარემოს დაცვის შესახებ საქართველოს კანონის მე-19 მუხლის შესრულების უზრუნველყოფა. თუმცა, კანონში შეტანილი ცვლილებების და კანონიდან მე-19 მუხლის ამოღების მიუხედავად, აღნიშნული დებულება არ გაუქმებულა ცალკე ნორმატიული აქტით.

#### III.2.2. ბიომრავალფეროვნების სტრატეგია

ცალკე უნდა აღინიშნოს საქართველოს მთავრობის 2005 წლის 19 თებერვლის N27 დადგენილებით დამტკიცებული ბიომრავალფეროვნების დაცვის სტრატეგია. აღნიშნული დადგენილებით ასევე განისაზღვრა ბიომრავალფეროვნების დაცვის მოქმედებათა გეგმა.

ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებით, დოკუმენტის ფინანსურ-ეკონომიკური პროგრამის ნაწილში მითითებულია, რომ:

*1. „გარემოს დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონში ხსენებული ეკონომიკური მექანიზმები რეალურად არ შექმნილა. ამ კანონში მოხსენიებული განსაკუთრებით საშიში საქმიანობის ობიექტების სავალდებულო ეკოლოგიური*

*დაზღვევის, გარემოს დაცვის ეკონომიკური სტიმულირებისა და ეკომარკირების საკითხები არ წყდება.*

შესაბამისად, საქართველოს მთავრობის 2005 წლით დამტკიცებული ოფიციალური დოკუმენტით დასტურდება, რომ ეკომარკირების საკითხები, კანონში მითითებული მუხლის და დამტკიცებული დებულების მიუხედავად არ სრულდებოდა პრაქტიკაში, კერძოდ არ დანერგილა ეკომარკირების მექანიზმები დებულების შესაბამისად. ამასთან, დოკუმენტით დამტკიცებული მოქმედებათა გეგმის მიხედვით, სხვადასხვა მოქმედება არსებული პრობლემების გამოსწორების მიზნით უნდა განხორციელებულიყო 2005-2010 წლებში, ხოლო მათი უმეტესობა 2005-2006 წლებში. აღსანიშნავია, რომ მოქმედებათა გეგმა კონკრეტულად ეკომარკირებას ერ ეხებოდა. შედეგად, აღნიშნულ წლებში ეკომარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები კვლავ არ იქნა მოწესრიგებული.

### **III.2.3. გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის დებულება**

საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სისტემაში შედის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი. ცენტრის მოქმედი დებულება დამტკიცებულია 2018 წლის 6 სექტემბრის N2-742 ბრძანებით. ეკომარკირებასთან დაკავშირებული ზოგიერთი ფუნქციები სწორედ აღნიშნული ცენტრისათვის იქნა დაკისრებული. კერძოდ, დებულების მიხედვით:

*მუხლი 2. ცენტრის საქმიანობის სფერო და ამოცანები*

*3. ცენტრის ფუნქციები და ამოცანებია:*

*მ) ეკომარკირების სისტემებისა და ეკოსტანდარტების დანერგვის ხელშეწყობა;*

ამასთან, ცენტრის ფუნქციის შესასრულებლად, ეკომარკირებასთან დაკავშირებული ფუნქციები დაეკისრა ცენტრის სტრუქტურულ ქვედანაყოფს - გარემოს საინფორმაციო სამსახურს:

*მუხლი 9. ცენტრის სტრუქტურული ქვედანაყოფების კომპეტენცია და ხელმძღვანელობა*

*2. გარემოს საინფორმაციო სამსახური:*

*კ) კოორდინაციას უწევს ეკომარკირების სისტემებისა და ეკოსტანდარტების დანერგვასთან დაკავშირებული პროექტების განხორციელებას ცნობიერების ამაღლების მიზნით;*

შეჯამების სახით უნდა აღინიშნოს, რომ კანონში მე-19 მუხლის ამოღების მიუხედავად, მნიშვნელოვანია, რომ საქართველოს მთავრობის მიერ ეკომარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები არ არის უგულებელყოფილი. ცენტრის დებულების მიხედვით, სწორედ ცენტრმა

უნდა უზრუნველყოს ეკომარკირების სისტემების დანერგვის ხელშეწყობა და განხორციელოს ამ მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებელი პროექტები.

როგორც ცნობილია, ეკო-მარკირება ნებაყოფლობითი ინსტრუმენტია. ამის გათვალისწინებით, პირველ ეტაპზე, მნიშვნელოვანია მოხდეს ბიზნეს ოპერატორების ინფორმირება ეკო-მარკირების დადებითი ასპექტების შესახებ. შედეგად, მოსალოდნელია, რომ გაიზრდება კერძო სექტორის დაინტერესება, ჰქონდეთ ნიშანდება სხვადასხვა პროდუქციაზე, რაც გაზრდის მათ კონკურენტუნარიანობას. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია ცნობიერების ამაღლება ევროკავშირის და სხვა საერთაშორისო ბაზარზე არსებული მარკების შესახებ, რათა ბიზნეს ოპერატორებმა წამოიწყონ მათი მიზნობრივი ბაზრების შესაბამისი პროდუქციის ნიშანდებისათვის საჭირო პროცედურების განხორციელება.

აღსანიშნავია, რომ ცნობიერების ამაღლების და ინფორმირების კამპანიების ფარგლებში, ბიზნეს ოპერატორების დარწმუნება ეკო-მარკირების დადებითი გავლენის შესახებ შესაძლებელია კონკრეტული მაგალითებისა და საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარების საფუძველზე. ძირითადი არგუმენტი, რაც ამ მიმართულებით გამოიყენება არის გაყიდვების ზრდის ხელშეწყობა. მაგალითად, დანიაში განხორციელდა კამპანია, რომლის შედეგად, დაფიქსირდა გაყიდვების 600%-იანი ზრდა იმ პროდუქციაზე, რომელსაც ჰქონდა ეკო-მარკა.<sup>7</sup> ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკის მქონე პროდუქციის მიმართ არსებობს მეტი სანდოობა და კომპანიებს აღარ უწევთ დამატებითი მარკეტინგული აქტივობების განხორციელება მომხმარებლის დასარწმუნებლად. როგორც წესი, ეკო-მარკა ენიჭება პროდუქტს, რომელიც აკმაყოფილებს სხვადასხვა კრიტერიუმს გარემოს დაცვის, ჯანმრთელობის და ხარისხის სტანდარტების მიმართულებით. ამდენად, მომხმარებლისათვის ცხადი და გასაგებია, რომ პროდუქტი თუ სერვისი, რომელსაც გააჩნია ეკო-მარკა, აკმაყოფილებს აღნიშნულ სტანდარტებს.

იმისათვის, რომ საინფორმაციო კამპანიებს მიეცეს სისტემური ხასიათი, შესაძლებელია, პირველ ეტაპზე ისინი განხორციელდეს კონკრეტული ტიპის, პროდუქციაზე, მაგალითად, ბავშვთა პროდუქციაზე. ამგვარი თემატური კამპანიები გაამარტივებს დაგეგმვის პროცესს და მომხმარებელთა ცნობიერების ეტაპობრივად ამაღლებას.

ცნობიერების ასამაღლებელი კამპანიების მეშვეობით, ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლებს უნდა მიეწოდოთ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რა არის ეკო-მარკირება, რა სარგებელი მოაქვს ამ მექანიზმს ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზარზე, როგორ დანერგონ ეკო-მარკირების სისტემები თავად კომპანიებმა და როგორ მიენიჭოს მათ პროდუქციას უკვე არსებული ეკო-მარკები. აღნიშნული კამპანიების განხორციელება სტიმულს მისცემს კომპანიებს, რომ ოფიციალური, სახელმწიფოს მიერ აღიარებული თუ სერტიფიცირებული ეკო-მარკის დადგენამდე, არსებული ეკო-მარკების მინიჭების პროცესი თავად მათი მხრიდან იქნას წამოწყებული.

---

<sup>7</sup> იხ. [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/marketing\\_guide\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/marketing_guide_en.pdf) გვ.12 მოცემულია სტატია დანიის კამპანიის შესახებ.

აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკირების მექანიზმი დამკვიდრებულია არამხოლოდ პროდუქტებისათვის, არამედ, სერვისებისათვის. პროდუქციის მწარმოებლების მსგავსად, სერვისების მიმწოდებელი კომპანიები, რომელთაც გააჩნიათ ეკო-მარკა, მეტი სანდოობით სარგებლობენ. სერვისების ეკო-მარკირების მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებელი აქტივობების გააქტიურების შემთხვევაში, შესაძლებელია ეკო-მარკირებით დაინტერესდნენ სხვადასხვა სექტორები, როგორებიცაა, სასტუმროები<sup>8</sup>, რესტორნები, საგანმანათლებლო დაწესებულებები, დასუფთავების სერვისები და ა.შ. ეკო-მარკირების სისტემის დანერგვის შემთხვევაში გაიზრდება კომპანიების კონკურენტუნარიანობა, მათ შორის, საერთაშორისო ვიზიტორების დაინტერესების კუთხით.

მაგალითად, ერთ-ერთი საერთაშორისო ეკო-მარკა - Green Key<sup>9</sup>, რომელიც დადგენილია სასტუმროებისათვის მოიცავს 13 კრიტერიუმს - თანამშრომლები, გარემოსდაცვითი მართვა, სტუმრების ინფორმირება, წყლის მოხმარება, ენერგიის მოხმარება, დასუფთავება, კვება, ნარჩენები, ადმინისტრირება, შიდა გარემო, მწვანე სივრცეები, მწვანე აქტივობები, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა. აღნიშნული ნიშანი ენიჭება როგორც სასტუმროებს, ასევე, სხვა კატეგორიების სივრცეებსაც, მაგ: საკონფერენციო ცენტრი, მცირე მოცულობის განთავსების ადგილი, კემპინგი და სხვა. თუმცა, გამოწვევად რჩება ის ფაქტი, რომ აღნიშნული ნიშნის მიღება დაკავშირებულია ხარჯებთან, როგორც მარკის მინიჭებისთვის ასევე, შემდგომი შენარჩუნებისათვის, რაც ადმინისტრირების ხარჯებსაც მოიცავს.

#### IV. ეკო-მარკირების მსგავსი სისტემა - ეტიკეტირება

როგორც აღინიშნა, ეკო-მარკირების სისტემები საქართველოში ეფექტიანად არ არის დანერგილი. თუმცა, მნიშვნელოვანია განხილული იყოს ეკო-მარკირების მსგავსი სისტემა, რომელიც გულისხმობს პროდუქციის ეტიკეტირებას.

ეტიკეტირების მიზანი მომხმარებლების ინფორმირებაა. ამ კუთხით, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება გენმოდირეცირებული პროდუქტის ეტიკეტირებაა. ამ მიზნით, საქართველოში მოქმედებს კანონი - „სურსათად/ცხოველის საკვებად განკუთვნილი გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმებისა და მათგან წარმოებული გენმოდირეცირებული პროდუქტის ეტიკეტირების შესახებ“. აღნიშნული კანონი ადგენს გმო პროდუქტის ეტიკეტირების სავალდებულო შემთხვევას და ძირითად პრინციპებს, ხოლო, დეტალური რეგულირება ხდება კანონქვემდებარე ნორმატიულ აქტში<sup>10</sup>. კანონით

<sup>8</sup> მაგალითად, თბილისსა და ბათუმში არსებულ რედისონის სასტუმროს, გააჩნია საერთაშორისო ნიშანი - Green Key, რომელიც სასტუმროებისათვის არის შექმნილი „გარემოსდაცვითი განათლების ფონდის“ მიერ, რომელიც მინიჭებული აქვს 3200 სასტუმროს მსოფლიოს 65 ქვეყანაში. სხვა სასტუმროებს აღნიშნული ნიშანი საქართველოში არ გააჩნიათ.

<sup>9</sup> იხ. დეტალურად [www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)

<sup>10</sup> იხ. საქართველოს მთავრობის 2015 წლის 7 ივლისის N320 დადგენილება - „სურსათად/ცხოველის საკვებად განკუთვნილი გენმოდირეცირებული ორგანიზმებისა და მათგან წარმოებული გენმოდირეცირებული პროდუქტის ეტიკეტირების წესის დამტკიცების შესახებ“. აღსანიშნავია, რომ 2021 წლის 1 იანვრიდან ამოქმედდება საქართველოს მთავრობის 2018 წლის 16 ნოემბრის N548



გათვალისწინებული პრინციპის მიხედვით, ეტიკეტირებას ახორციელებს ბიზნეს ოპერატორი საკუთარ პროდუქტზე, ხოლო, ამ ვალდებულების დარღვევა იწვევს შესაბამის პასუხისმგებლობას.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია, რომ მოქმედი კანონმდებლობით დადგენილია სხვადასხვა ტექნიკური რეგლამენტი და მოთხოვნები კონკრეტული პროდუქციის ეტიკეტირების შესახებ. ყველა ამ დადგენილების მიზანი მომხმარებელთა სათანადო ინფორმირებაა. ასეთი მოთხოვნები დადგენილია სურსათის<sup>11</sup> და ღვინის პროდუქციისათვის. გარდა ამისა, დადგენილია ეტიკეტირების მოთხოვნები საშიში ქიმიური ნივთიერებების ეტიკეტირების შესახებ.<sup>12</sup>

პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მიხედვით, პროდუქტის უსაფრთხოების შეფასებისას, სხვა კომპონენტებთან ერთად მხედველობაში მიიღება მისი ეტიკეტირებაც. ამასთან, ტექნიკურმა რეგლამენტმა კონკრეტული სპეციფიკაციის გათვალისწინებით შეიძლება დაადგინოს პროდუქტის/პროცესის/მომსახურების სავალდებულო სიმბოლოების, შეფუთვის, ნიშანდების, ეტიკეტირების, პროდუქტთან დაკავშირებული პროცესის ან წარმოების მეთოდი.<sup>13</sup> თუმცა, კოდექსი იმავდროულად ადგენს ტექნიკური რეგლამენტის მიმართ არსებულ მოთხოვნებს, რომლის 55-ე მუხლის მიხედვით,

*1. ტექნიკური რეგლამენტი ხელს უნდა უწყობდეს ღია საბაზრო ეკონომიკას და თავისუფალ ვაჭრობას. ტექნიკური რეგლამენტის მიღება ან გამოყენება არ უნდა ქმნიდეს არაადეკვატურ ტექნიკურ ბარიერებს ვაჭრობაში/სამეწარმეო საქმიანობაში, მათ შორის, საერთაშორისო ვაჭრობაში, და ადამიანის სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის უსაფრთხოებისა და გარემოს დაცვის საფრთხის პროპორციული უნდა იყოს.*

აღსანიშნავია, რომ ეტიკეტირების მოთხოვნების შესრულება ზრდის კომპანიის კონკურენტულ უპირატესობას, კომპანიას აღარ უწევს დამატებითი მტკიცება პროდუქციის ხარისხთან დაკავშირებით, ხოლო მომხმარებელი უფრო მარტივად იღებს ინფორმაციას.

## **V. ბიოპროდუქცია და აკრედიტაცია**

სურსათის, ცხოველის საკვების, ვეტერინარიისა და მცენარეთა დაცვის კოდექსის მე-18 მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად,

*დაუშვებელია სურსათის/ცხოველის საკვების ეტიკეტზე ან თანდართულ დოკუმენტში ტერმინების – „ბიოლოგიური“, „ეკოლოგიური“, „ეკო“, „ბიო“,*

დადგენილება „ტექნიკური რეგლამენტის – გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმების მიკვლევადობისა და ეტიკეტირების, გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმებისაგან წარმოებული სურსათის/ცხოველის საკვების მიკვლევადობის დამტკიცების შესახებ“.

<sup>11</sup> იხ. საქართველოს მთავრობის 2016 წლის 1 ივლისის N301 დადგენილება.

<sup>12</sup> იხ. საქართველოს მთავრობის 2013 წლის 31 დეკემბრის N428 დადგენილება.

<sup>13</sup> იხ. პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის 10.1.გ და 57.3.დ ქვეპუნქტი.

*„ორგანული“ – ნებისმიერი კომბინაციის მითითება, თუ იგი არ შეესაბამება საქართველოს მთავრობის მიერ დადგენილ ბიოწარმოების წესს და ეს შესაბამისობა არ დასტურდება შესაბამისობის სერტიფიკატით.*

სერტიფიცირების პრინციპების დარეგულირებულია ბიოპროდუქციის შესახებ წესით, რომელიც დამტკიცებულია საქართველოს მთავრობის 2013 წლის 30 ივლისის N198 დადგენილებით. აღნიშნული წესის მიხედვით, შესაბამისობის სერტიფიკატის გაცემის უფლება აქვს მხოლოდ სერტიფიცირებულ ორგანოს, რომელიც აკრედიტებულია აკრედიტაციის ცენტრის ან საერთაშორისო აკრედიტაციის ორგანოს მიერ.

ამჟამად, ამგვარი სერტიფიცირების ორგანო ბიოპროდუქციისათვის არის შპს კავკასსერტი, რომელიც გასცემს „მწვანე კავკასიის“ მარკას. აკრედიტაციის ცენტრს არ აქვს გაცემული აკრედიტაცია სხვა სერტიფიცირების ორგანოსათვის.

მწვანე კავკასიის მარკა, შექმნილია ქართული და სომხური კომპანიების მიერ (შესაბამისად, კავკასსერტი და ეკო-გლობი).<sup>14</sup>

კომპანიას აკრედიტაცია მიღებული აქვს გერმანიის აკრედიტაციის ორგანოს მიერ, რომლის მიხედვით, კავკასსერტ-ს უფლება აქვს განახორციელოს პროდუქციის, პროცესებისა და მომსახურების სერტიფიცირება ISO/IEC 17065:2012 პირობების შესაბამისად, შემდეგ სფეროებში:

„ორგანული პროდუქტის მწვანე კავკასიის სტანდარტით, ვერსია 11 (30.01.2020), რომელიც არის (EC) No.834/2007 რეგულაციის ექვივალენტური.“

გარდა ამისა, კომპანიას მიღებული აქვს აღიარების წერილი შვეიცარიის სოფლის მეურნეობის ფედერალური ოფისიდან (FOAG).

კავკასსერტი გასცემს სერტიფიკატს შემდეგი კატეგორიის ბიოპროდუქციისათვის:

- პირველადი მცენარეული პროდუქცია (სასოფლო-სამეურნეო კულტურების წარმოება და ველურად მზარდი მცენარეების შეგროვება) - A;
- ცოცხალი ცხოველები და მეცხოველეობის პირველადი პროდუქცია (მეფუტკრეობის ჩათვლით) - B;
- სასურსათო დანიშნულების გადამამუშავებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია (ბიოღვინის ჩათვლით) - D;
- სარგავი მასალა და თესლი - F.

კავკასსერტს დარეგისტრირებული აქვს 124 პროდუქტი, თუმცა, ყველა მათგანზე არ არის გაცემული ბიო-სერტიფიკატი.

საქართველოში, პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის შესაბამისად, შექმნილია სახელმწიფო აკრედიტაციის ორგანო - აკრედიტაციის ცენტრი.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> მეტი ინფორმაციისათვის იხ. [www.caucascert.ge](http://www.caucascert.ge)

<sup>15</sup> მეტი ინფორმაციისათვის იხ. [www.gac.gov.ge](http://www.gac.gov.ge)

აკრედიტაციის ცენტრი არის ორგანო, რომელიც უზრუნველყოფს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი სხვადასხვა საქმიანობის შესაბამისობას. აკრედიტაციის ცენტრი არ არის უშუალოდ შემფასებელი ორგანო, არამედ, გასცემს აკრედიტაციას ლაბორატორიებზე, სერტიფიცირების ორგანოებზე, ინსპექტირების ორგანოებზე, სამედიცინო ლაბორატორიებზე, ტესტირების განმახორციელებელ ორგანოებზე. აკრედიტაციის ცენტრი არის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს კონტროლს დაქვემდებარებული.

## VI. ხარისხის ნიშანი

2019 წელს გარემოს დაცვის და სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ ახალი რეგულაცია - „ხარისხის ნიშნის გამოყენების უფლების მინიჭების წესი“ წარუდგინა საზოგადოებას. აღნიშნული ინიციატივა გულისხმობდა სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა პროდუქციისათვის ნიშანდების გამოყენების შესაძლებლობას. ხარისხის ნიშანი გულისხმობს შემდეგი ნიშნების გამოყენებას: „დაცული გეოგრაფიული აღნიშვნა“, „დაცული ადგილწარმოშობის დასახელება“, „ტრადიციული პროდუქტი“, „ქართული ხარისხი“, „ბალახით ნაკვები“, „ხელით დამზადებული“, „ტყეში ნაკვები“ და „ტყეში ნასუქი“, „ბიოპროდუქტი“, „ბიოწარმოებაზე გარდამავალი პერიოდის პროდუქტი“. აღნიშნული წესი დამტკიცებულია გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის მინისტრის ბრძანებით<sup>16</sup>. ხარისხის ნიშნის მინიჭება ნებაყოფლობითი პროცესია, თუმცა, ამავდროულად, ამ ნიშნების გამოყენება, მხოლოდ ბრძანებით დამტკიცებული წესით გათვალისწინებული პროცედურების გავლის შემდეგ არის შესაძლებელი. ნიშანს გასცემს სსიპ - სურსათის ეროვნული სააგენტო. ნიშანი გაიცემა მარკეტინგული საბჭოს<sup>17</sup> გადაწყვეტილების საფუძველზე, რომელიც შექმნილია მინისტრის 2017 წლის 16 თებერვლის N2-24 ბრძანების საფუძველზე.

აღსანიშნავია, რომ ნიშნების ამოქმედებიდან დღემდე გაცემულია დაახლოებით 30 ხარისხის ნიშანი. ნიშნები უფრო მეტად გაცემულია იმ პერიოდში, როდესაც სახელმწიფოს მხრიდან განხორციელდა მარკეტინგული აქტივობები მათი დანერგვის ეტაპზე, ხოლო შემდეგ ნიშნის მინიჭების მიმართ ინტერესი შემცირდა. აღნიშნული ფაქტი კიდევ ერთხელ ცხადყოფს, რომ სახელმწიფოში არსებული ნიშანდების პოპულარიზაციისათვის აუცილებელია შესაბამისი

<sup>16</sup> იხ. სრული წესი <http://business.org.ge/wp-content/uploads/2018/05/%E1%83%AE%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%AE%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%A8%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%9D%E1%83%A7%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%A3%E1%83%A4%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%AD%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%AC%E1%83%94%E1%83%A1%E1%83%98.pdf>

<sup>17</sup> საბჭოს სრული სახელწოდებაა - საქართველოში გეოგრაფიული აღნიშვნების სქემების განვითარების, პროდუქტის ბრენდინგის, მარკეტინგის საერთაშორისო პრაქტიკის დანერგვის ხელშეწყობისა და მათი დაცვის სამართლებრივი და ინსტიტუციონალური მექანიზმების სრულყოფის მიზნით შექმნილი მარკეტინგული საბჭო.



საინფორმაციო კამპანიების ორგანიზება. იმისათვის, რომ ბიზნეს ოპერატორს გააჩნდეს ხარისხის ნიშნის მიღების მოტივაცია, აუცილებელია მოხდეს შესაბამისი ნიშნების პოპულარიზაცია მომხმარებლებში.

## VII. გარემოს დაცვა და ეკონომიკა

„გარემოს დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინება საზოგადოების ეკონომიკურ ინტერესებთან ერთად ხდება. კანონის ერთ-ერთი ძირითადი მიზანია უზრუნველყოს სახელმწიფოს მიერ გარემოს დაცვა და რაციონალური ბუნებათსარგებლობა, ადამიანის ჯანმრთელობისათვის უსაფრთხო გარემო საზოგადოების ეკოლოგიური და ეკონომიკური ინტერესების შესაბამისად და ახლანდელი და მომავალი თაობების ინტერესების გათვალისწინებით, ხოლო ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ამოცანა - უზრუნველყოს საზოგადოების ეკოლოგიური, ეკონომიკური და სოციალური ინტერესების ოპტიმალური ურთიერთშეთანაწყობა (პარმონიული შეხამება).

კანონი ასევე ადგენს გარემოს დაცვის ეკონომიკური სტიმულირების მექანიზმებს.

### *მუხლი 18. გარემოს დაცვის ეკონომიკური სტიმულირება*

*1. გარემოს დაცვის ეკონომიკური სტიმულირების მიზანია უნარჩენო, გარემოსდაცვითი თვალსაზრისით მისაღები, ეკოლოგიურად სუფთა, მცირენარჩენიანი საუკეთესო ტექნოლოგიისა და ტექნიკის დამუშავებისა და დანერგვის, მეორადი ნედლეულის გამოყენების, ეფექტური გარემოსდაცვითი პროექტების განხორციელების ხელშეწყობა, რაც შეიძლება განხორციელდეს:*

*ა) რეკლამით გარემოს დაცვის საკითხებზე;*

*ბ) საგადასახადო შეღავათით;*

*გ) შეღავათიანი სახელმწიფო კრედიტით.*

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ საქართველოში ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებად ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის მშენებლობაა მიჩნეული. ამ მიზნით, საქართველოში მოქმედებს კანონი „ინოვაციების შესახებ“.<sup>18</sup> ამდენად, სახელმწიფოსთვის მნიშვნელოვანია ერთი მხრივ, გარემოსდაცვითი ღონისძიებების აქტიური განხორციელება, ხოლო, მეორე მხრივ, ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის განვითარება.

აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკირების შესახებ სახელმწიფოს სხვადასხვა ეტაპზე მნიშვნელოვანი ინიციატივები ჰქონდა. ამ მხრივ, უნდა გამოიყოს ინიციატივა ევრო სტანდარტებზე დაყრდნობით საწვავის ეკომარკირების შესახებ. აღნიშნული ინიციატივა გულისხმობდა სახელმწიფოს მხრიდან, კერძოდ, გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს (იმდროინდელი გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტრო) მიერ „მწვანე

<sup>18</sup> იხ. საქართველოს კანონი ინოვაციების შესახებ - <https://www.matsne.gov.ge/document/view/3322328?publication=0>

ნიშანი“-ს დანერგვას საწვავის ეკო-მარკის კონკრეტული პარამეტრების განსაზღვრის მიზნით. აღნიშნული მექანიზმი ნებაყოფლობითი იქნებოდა და მიენიჭებოდა იმ კომპანიას, რომელიც განახორციელებდა ევრო სტანდარტების საწვავის იმპორტს და რეალიზაციას საქართველოში. ჯერჯერობით ამგვარი სისტემა დანერგილი არ არის, თუმცა, იმ დროისათვის, საწვავის იმპორტიორი კომპანიები მიესალმებოდნენ აღნიშნულ ინიციატივას.<sup>19</sup>

## დასკვნა და რეკომენდაციები

საქართველოს კონსტიტუციით უზრუნველყოფილია გარემოს შესახებ ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა. აღნიშნული უფლება დამატებით უზრუნველყოფილია საქართველოს საერთაშორისო შეთანხმებებით. ასოცირების შესახებ ევროკავშირთან გაფორმებული შეთანხმების საფუძველზე, სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს ეკო-მარკირების სისტემის დანერგვას.

აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკირების სისტემა საქართველოში ამ ეტაპზე არ არის დანერგილი, მიუხედავად, კანონმდებლობაში არსებული მითითებებისა. შიდა კანონმდებლობით, ფაქტიურად, არ არის მოწესრიგებული ეკო-მარკირებასთან დაკავშირებული საკითხები, თუმცა, სხვადასხვა ნორმატიული აქტით დადგენილია სხვადასხვა ნიშანდების მინიჭების პრინციპები და პროცედურები.

საქართველოს კონსტიტუციის და საერთაშორისო შეთანხმებების საფუძველზე, აუცილებელია ეკო-მარკირების სისტემის აქტიური დანერგვა. აღნიშნული უნდა განხორციელდეს იმგვარად, რომ დაცული იყოს საზოგადოების გარემოსდაცვითი და ეკონომიკური ინტერესები.

აღსანიშნავია, რომ ეკო-მარკირების სისტემების დანერგვა არ არის მარტივი პროცესი. აღნიშნული საჭიროებს, ერთი მხრივ, საზოგადოების მხრიდან ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის და სერვისის მიმართ იყოს მაღალი მოთხოვნა და მეორე მხრივ, ბიზნეს ოპერატორებს გააჩნდეთ საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაფუძნებული ინფორმაცია ეკო-მარკირების მოსალოდნელი სარგებლის შესახებ. ასევე მნიშვნელოვანია, რომ ეკო-მარკის მინიჭება, გულისხმობს სხვადასხვა გარემოსდაცვითი მოთხოვნების შესრულებას, ნარჩენების შეგროვებისა და გადამუშავების შესაძლებლობას, მაღალი სტანდარტების დაკმაყოფილებას, შესაბამისი ლაბორატორიებისა და დამოუკიდებელი შემფასებელი ორგანოს არსებობას. ამდენად, ეკო-მარკის, განსაკუთრებით, საერთაშორისოდ აღიარებული ეკო-მარკის მინიჭება

---

<sup>19</sup> ინფორმაცია აღნიშნული ინიციატივის შესახებ იხ.

<http://www.eiec.gov.ge/News/Press-Releases/%E1%83%94%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%99%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%97%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%A8%E1%83%98.aspx>  
<https://bm.ge/ka/article/quotsawvavis-eko-markireba-zogma-distributorma-kompaniam-shesadzloa-araketilsindisieri-mimartulebit-gamoiyenosquot/3677>

რთულ პროცედურებთან და მაღალ ხარჯებთან არის დაკავშირებული და გამოწვევებით არის სავსე.

შეფასების შედეგად, ეფექტიანი ეკო-მარკირების სისტემების დანერგვის მიზნით, შესაძლებელია შემდეგი რეკომენდაციების გაცემა:

- პირველ ეტაპზე, საქართველოს მთავრობამ უნდა წახალისოს არსებული ეკო-მარკირების სქემები საქართველოში, როგორცაა ხარისხის ნიშანი, ბიო-პროდუქციის სერტიფიცირება. ასევე, მთავრობამ შესაძლებელია წახალისოს ახალი ნებაყოფლობითი სისტემების ჩამოყალიბება კერძო სექტორის ჩართულობით. აღნიშნული შესაძლებელია განხორციელდეს სხვადასხვა საინფორმაციო კამპანიის ორგანიზებით, რომელიც მიზნად დაისახავს ცნობიერების ამაღლებას ეკო-მარკირების შესახებ. ეს წახალისებს ბიზნესს ოპერატორებს, დაიწყონ ნებაყოფლობითი ეკო-მარკირების სისტემების დანერგვა. ამასთან, ცნობიერების ამაღლების შედეგად, მოსალოდნელია, რომ ქართველი მეწარმეები დაიწყებენ პროცედურებს, რათა მათ პროდუქციას მიენიჭოს არსებული მარკირებები.
- შემდგომ ეტაპზე, სახელმწიფომ მიზნად უნდა დაისახოს ეროვნული ეკო-მარკის შექმნა. აუცილებელი არ არის ამგვარი ეკო-მარკა სრულად შეესაბამებოდეს უმაღლესი დონის ეკო-მარკებს, მაგრამ, სასურველია, რომ სქემა დაახლოვებული უნდა იყოს ევროკავშირის ეკო-მარკირების პრინციპებთან. ეროვნული ეკო-მარკის დანერგვა ორ მიზანს ემსახურება: 1) ეროვნული ეკო-მარკის დანერგვა განაპირობებს პროდუქციის კონკურენტუნარიანობას და განსხვავებას შიდა ბაზარზე; 2) ამასთან, საწყის ეტაპზე, შესაძლებელია შედარებით მარტივი სტანდარტების დადგენა და ხელმისაწვდომი პროცედურების ჩამოყალიბება, რათა დაძლეულ იქნას ის გამოწვევები, რაც ახლავს ეკო-მარკის მინიჭებას. ამავდროულად, აღნიშნული პროცესი გაამარტივებს შემდგომში ევროკავშირის ეკო-მარკის ეტაპობრივად დანერგვას. ამისათვის, საქართველოს პარლამენტმა უნდა მიიღოს შესაბამისი ცვლილებები გარემოს დაცვის შესახებ საქართველოს კანონში, რომლითაც განისაზღვრება ეკო-მარკირების ძირითადი პრინციპები და ეკო-მარკის მინიჭების ძირითადი სამართლებრივი საფუძველი.
- ეკო-მარკირების სისტემების დანერგვის საბოლოო მიზანი უნდა იყოს ევროკავშირის ეკო-მარკის მინიჭება, რაც შეიძლება ბევრი პროდუქციისათვის. ქართული პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალის ზრდა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენად ბევრ პროდუქტს მიენიჭება ევროკავშირის ეკო-მარკა. ამისათვის, პირველ ეტაპზე, სახელმწიფომ უნდა ჩამოაყალიბოს ექსპერტთა ჯგუფი, რომელიც დაეხმარება ქართველ მეწარმეებს ევროკავშირის ეკო-მარკის მიღებაში. ბუნებრივია, ეს რთული და ხანგრძლივი პროცესი იქნება, ამიტომ, მნიშვნელოვანია, ამ მხრივ შეიქმნას კონკრეტული მექანიზმები, რომლებიც დაეხმარება ქართველ მეწარმეებს მიიღონ ევროკავშირის ეკო-მარკა.