

УДК 66

***НАРУШЕНИЯ В ОФОРМЛЕНИИ МАРКИРОВКИ ПИЩЕВОЙ
ПРОДУКЦИИ И СПОСОБЫ ИХ ОБНАРУЖЕНИЯ***

Непарко М.В.

Старший преподаватель кафедры «Таможенное дело»,

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского

Калуга, Россия

Шуликова М.А.

Студентка,

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского

Калуга, Россия

Ефимова Ю.С.

Студентка,

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского

Калуга, Россия

Аннотация: статья посвящена изучению понятия «маркировка», требований к ее оформлению согласно ГОСТ. В статье характеризуются основные способы нарушений в ее оформлении. Анализируется «маркировка не по правилам» продуктов из торговой сети.

Ключевые слова: маркировка, пищевая продукция, товар, нарушение, способ обнаружения, ГОСТ.

***VIOLATIONS IN THE MARKING OF FOOD PRODUCT MARKING AND
METHODS FOR THEIR DETECTION***

Непарко М.В.

Senior Lecturer of the Department "Customs",

Kaluga State University. K.E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Shulikova M.A.

Student

Kaluga State University. K.E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Efimova Y.S.

Student

Kaluga State University. K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Annotation: The article is devoted to the study of the concept of "marking", the requirements for its design according to GOST. The article describes the main ways of violations in its design. Analyzing the "marking not by the rules" of products from the trade network.

Keywords: labeling, food products, goods, violation, detection method, GOST.

«Мы едим, чтобы жить!» Действительно, человеческий организм устроен так, что для обеспечения и поддержания нормальной жизнедеятельности ему необходим «строительный материал» - энергия, питательные вещества, макроэлементы, витамины, минералы и т.д. Но, следует отметить, что качество этого «строительного материала» также важно. В последнее время люди стали все больше уделять внимание тому, что они покупают и потребляют, стали изучать этикетки, учиться разбираться в составах, отдавать предпочтение продуктам, отвечающим требованиям качества и безопасности согласно ГОСТ и различным техническим регламентам. Но как сделать правильный выбор и не ошибиться? Ведь зачастую производители прибегают к различным методам и способам, вводящим в заблуждение потребителей. Например, используют мелкий шрифт, указывают неточные, неполные или «замаскированные» данные в составе продукта, прибегают к неточностям в наименовании товара или

вообще не указывают информацию на русском языке. Для этого необходимо знать о маркировке и требованиях к ее оформлению.

Маркировка продукта представляет собой информационную запись (текст, рисунок, условное обозначение и другие вспомогательные средства), главной целью которой является ознакомление покупателя с основными сведениями о товаре и его идентификацией. К ней применяются определенные требования, которые являются обязательными и за нарушение которых наступает административная или уголовная ответственность.

Требования к маркировке пищевой продукции устанавливаются и регулируются Законом РФ № 2300 – 1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей», Федеральным законом № 29-ФЗ от 02.01.2000 г. «О качестве и безопасности пищевых продуктов» и другими.

ГОСТ Р 51074 – 2003 «Продукты пищевые» закрепляет данные, которые должны быть в маркировке товара. К ним относятся: 1) наименование продукта; 2) состав продукта; 3) количество продукта (масса нетто, объем); 4) пищевая ценность; 5) срок годности; 6) условия хранения продукта; 7) дата изготовления и дата упаковывания; 8) наименование и место нахождения изготовителя; 9) товарный знак изготовителя; 10) срок хранения и срок реализации продукции; 11) назначение и условия применения и рекомендации по приготовлению готовых блюд для определенных видов продукции; 12) обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт (исключение - импортные товары); 13) Информация о подтверждении соответствия пищевых продуктов.

К сожалению, очень часто выявляются нарушения в маркировке товара. Рассмотрим некоторые способы на примере пищевых продуктов из торговой сети.

Наименование – краткая характеристика продукта. Оно должно быть точным, конкретным и достоверным, позволяющим отличать данный продукт от других, раскрывать его сущность и природу. Оно должно быть нанесено

ярко и с хорошо различимым шрифтом на выделяющемся фоне. Очень часто маркировку наносят в труднодоступные для ознакомления места или используют мелкий, трудночитаемый шрифт, например, продукты йогуртные пастеризованные «Сочный-молочный», «Нежный».

Очень часто производители ловко пытаются выдать один товар за другой при помощи ассоциативного метода в использовании названия продукта. Так, потребители часто путают сливочное масло со спредом именно из-за названий. Например, спред имеет название «Кремлевское» и крупную надпись «нежный вкус сливок» - это вызывает у потребителя ассоциацию с маслом. Действительно, без ознакомления с этикеткой тяжело сделать вывод какой именно это продукт, например, растительно-жировой спред «Кремлевское».

Производители также любят фантазийно придумывать сходные названия с совершенно иным продуктом, путая потребителя. Например, выдуманное название молкосодержащего продукта с растительным жиром «Сгущенка» покупатели часто путают с названием всем известного сгущенного молока, приобретая тем самым другой продукт и даже не подозревая об этом.

Иногда производители прибегают к использованию красочных изображений, не имеющих отношение к наименованию и составу продукта. Особенно часто этим пользуются производители, пытающиеся привлечь внимание детей и их родителей при помощи нанесения изображений персонажей из мультфильмов, милых зверюшек и т.д. Например, творожные сырки с красивым детским названием и яркой иллюстрацией кажутся безопасным и качественным продуктом для детей, но если изучить этикетку, то можно прийти к выводу, что они далеко не творожные и даже содержат огромное количество сахара, заменители молочного жира, растительные заменители и т.д. (ярким примером является Молкосодержащий десерт «Белая киска»)

Состав продукта – перечень содержащихся компонентов в продукте. Причем они должны быть указаны в порядке убывания их массовой доли. В случае присутствия составного компонента, необходимо наличие на этикетке

перечисления всех входящих в него ингредиентов либо указание непосредственно составного компонента с поясняющим дополнением.

Необходимо отметить, что есть ингредиенты, указание которые является обязательным, например: молоко (лактоза), арахис, орехи, яйца, соя, горчица, сельдерей, злаки, содержащие глютен, люпин, аспартам, кунжут, диоксид серы (сульфиты), если их ≥ 10 мг/кг(л), рыба, ракообразные, моллюски и продукты переработки всех указанных ингредиентов, так как данные компоненты опасны своей аллергичностью. Даже в случае отсутствия данных ингредиентов в продукте, но наличия вероятности их попадания в него при производстве, необходимо на этикетке предупреждение об этом (например, «продукт может содержать следы орехов, злаков, молочных продуктов»)

Иногда производители используют название продукта исходя из его состава, хотя используемых для этого компонентов содержится мало или не содержится вообще. Например, овсяное печенье «Наша семья», но овсяным его назвать сложно, т. к. при изучении состава можно выявить, что содержание овсяной муки мало.

Также, следует упомянуть, что указание пищевой ценности является обязательным требованием к маркировке, при этом энергетическая ценность в обязательном порядке должна указываться и в килокалориях (ккал), и в килоджоулях (кДж). На расфасованных продуктах очень часто наблюдаются нарушения в маркировке продукта. Так, в сети магазинов «Спутник» в ходе осмотра были обнаружены неоднократные нарушения в оформлении маркировки без указания энергетической ценности в килоджоулях (кДж), например, на расфасованном мармеладе.

В последнее время широко развивается даунсайзинг, то есть уменьшение веса или объема продукта в упаковке без изменения цены. Ярким примером является «Российский» шоколад, который «полегчал» со 100 гр, до 95 без изменения при этом цены.

Обобщив материал, следует сказать, что в настоящее время существует немало умелых и искусных способов обмана и введения в заблуждение потребителей при помощи маркировки продукта, поэтому необходимо уделять большое внимание изучению этикетки, особенностей ее оформления и считывания с нее информации. Также необходима борьба с недобросовестными производителями и на уровне законодательства. Так, уже с 01.01. 2019 г. вступил в силу федеральный закон № 488-ФЗ о единой информационной системе маркировки товаров с использованием контрольных (идентификационных) знаков, который вводит обязательную маркировку товаров. Остается надеется, что это принесет успех и позволит «навести порядок» на рынке пищевой продукции.

Библиографический список:

1. ГОСТ Р 51074 – 2003 «Продукты пищевые» [Электронный ресурс]- Режим доступа- URL : <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения 08.04.2019)
2. Федеральный закон № 29-ФЗ от 02.01.2000 г. «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [Электронный ресурс]- Режим доступа- URL : <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения 10.04.2019)
3. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 28.12.2016 N 488-ФЗ [Электронный ресурс] - Режим доступа- URL : <https://roscontrol.com/> (Дата обращения 10.04.2019)

Оригинальность 98%