Наименование курса: Экспертиза пищевых продуктов из растительного сырья для рационального и сбалансированного питания

Лекция № 14

Тема: Маркировка пищевой продукции. Требования к маркировке в Республике Казахстан

План лекции:

1. Понятие, назначение и функции маркировки пищевой продукции.
2. Основные требования к содержанию маркировки пищевой продукции.
3. Требования к маркировке отдельных видов пищевой продукции.
4. Маркировка пищевой продукции в потребительской и транспортной упаковке.
5. Маркировка пищевой продукции с учётом аллергенов, пищевых добавок и специальных свойств.
6. Средства идентификации, цифровая маркировка и прослеживаемость продукции.
7. Экспертиза маркировки и выявление несоответствий.

1. Понятие, назначение и функции маркировки пищевой продукции.

Маркировка пищевой продукции представляет собой информацию, нанесённую на потребительскую или транспортную упаковку, этикетку, ярлык либо предоставляемую в иной предусмотренной законодательством форме. Она предназначена для информирования потребителя о наименовании продукта, его составе, пищевой ценности, изготовителе, сроке годности, условиях хранения и других характеристиках.

Маркировка является важнейшим элементом системы обеспечения качества и безопасности пищевой продукции. Она позволяет потребителю осознанно выбирать продукты, учитывать индивидуальные особенности питания, выявлять наличие аллергенов и проверять условия хранения. Для изготовителя маркировка служит средством идентификации продукции, подтверждения соответствия заявленному составу и обеспечения прослеживаемости.

Основными функциями маркировки являются информационная, идентификационная, предупредительная, контрольная и рекламная. При этом рекламные сведения не должны вводить потребителя в заблуждение или противоречить обязательной информации. Например, обозначения «натуральный», «диетический», «без сахара», «цельнозерновой» и «источник белка» должны иметь фактическое и нормативное обоснование.

Маркировка должна обеспечивать достоверность сведений о продукте и позволять отличить одну продукцию от другой. Особенно важна она для изделий со сложной рецептурой: хлебобулочных, макаронных, мучных и сахарных кондитерских изделий, шоколада, мармелада и зефира.

2. Нормативно-правовое регулирование маркировки пищевой продукции в Республике Казахстан.

В Республике Казахстан требования к маркировке пищевой продукции формируются на основе законодательства страны и технических регламентов Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Основным документом, устанавливающим единые требования к маркировке пищевых продуктов, является ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки». Он утверждён Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 года № 881 и применяется с 1 июля 2013 года. Впоследствии в регламент вносились изменения, в том числе изменения, вступившие в силу 10 ноября 2024 года.

Важную роль играет также ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», который устанавливает общие требования к безопасности продуктов на всех этапах обращения, включая требования к маркировке и нанесению единого знака обращения продукции на рынке ЕАЭС в предусмотренных случаях.

При разработке и проверке маркировки необходимо учитывать следующие нормативные документы:

- ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки»;
- ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;
- ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки»;
- ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»;
- Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей»;
- Законодательство Республики Казахстан о языках и техническом регулировании;
- специальные технические регламенты и нормативные документы на отдельные виды пищевой продукции.

Для Казахстана особенно важно требование о предоставлении потребителю информации на государственном и русском языках. Согласно разъяснению Министерства торговли и интеграции РК, информация, предоставленная только на одном языке либо только на иностранном языке, считается непредоставленной в контексте требований законодательства о защите прав потребителей.

3. Основные требования к содержанию маркировки пищевой продукции.

Согласно ТР ТС 022/2011, маркировка упакованной пищевой продукции должна содержать обязательные сведения, позволяющие идентифицировать продукт и получить достоверную информацию о его характеристиках.

К обязательным сведениям относятся:

- наименование пищевой продукции;
- состав пищевой продукции;
- количество продукта — масса нетто, объём или иная установленная величина;
- дата изготовления;
- срок годности;
- условия хранения;
- сведения об изготовителе — наименование и место нахождения;
- сведения об импортёре или уполномоченном изготовителем лице, если это предусмотрено регламентом;
- рекомендации и ограничения по использованию, если без них использование продукта может быть затруднено или повлиять на безопасность;
- показатели пищевой ценности;
- сведения о наличии компонентов, полученных с применением генно-модифицированных организмов, в случаях, установленных регламентом;
- единый знак обращения продукции на рынке ЕАЭС — в случаях, когда его нанесение обязательно.

Состав продукта указывают в порядке убывания массовой доли ингредиентов на момент производства. Это означает, что компонент, использованный в

наибольшем количестве, обычно располагается в начале перечня. Для сложных ингредиентов и отдельных категорий продуктов применяются специальные правила указания состава и предусмотренные регламентом исключения.

Количество продукта указывают в единицах измерения, соответствующих его физическому состоянию: граммах или килограммах для массы, миллилитрах или литрах для объёма. Для отдельных продуктов могут применяться иные способы обозначения количества.

Сведения о пищевой ценности обычно включают содержание белков, жиров, углеводов и энергетическую ценность. Для отдельных категорий продукции дополнительно указывают содержание пищевых волокон, витаминов, минеральных веществ и других компонентов, если это требуется нормативными документами или если изготовитель заявляет соответствующие свойства продукта. Показатели пищевой ценности должны быть достоверными и подтверждаться расчётами или результатами исследований.

4. Требования к наименованию, составу, дате изготовления и сроку годности.

Наименование пищевой продукции должно отражать её действительный характер и позволять отличить её от других продуктов. Оно не должно вводить потребителя в заблуждение относительно состава, происхождения, способа производства или потребительских свойств.

Например, если продукт называется «цельнозерновой хлеб», его состав и технология должны соответствовать заявленной характеристике. Если на упаковке макаронных изделий указано, что они изготовлены из муки твёрдых сортов пшеницы, эта информация должна подтверждаться документацией на сырьё и рецептурой производства.

Состав указывают с использованием наименований ингредиентов. Пищевые добавки обозначают с указанием функционального назначения и наименования либо соответствующего индекса, например «эмульгатор — лецитины (Е322)», если такой способ указания применим к конкретной добавке. При использовании ароматизаторов их обозначение должно соответствовать установленным правилам.

Дата изготовления — это дата окончания технологического процесса производства пищевой продукции. Формат её указания зависит от срока годности продукта. Например, для продукции со сроком годности до 72 часов указывают час, число и месяц; для продукции со сроком годности от 72 часов до трёх месяцев — число, месяц и год; для продукции со сроком годности три месяца и более — месяц и год либо число, месяц и год. Для отдельных категорий предусмотрены специальные правила.

Срок годности указывает период, в течение которого продукт при соблюдении установленных условий хранения сохраняет соответствие обязательным требованиям и заявленным характеристикам. Он устанавливается изготовителем на основании исследований, нормативной документации и технологических особенностей продукта.

Условия хранения должны быть сформулированы ясно и конкретно. Если после вскрытия упаковки продукт требует особых условий хранения, например охлаждения или употребления в течение определённого времени, эти сведения также необходимо указать.

5. Требования к маркировке отдельных видов пищевой продукции.

Для разных групп пищевых продуктов содержание маркировки может иметь особенности, связанные с их составом, технологией производства, сроком годности и условиями хранения.

Для хлеба и хлебобулочных изделий указывают наименование, состав, массу, дату изготовления, срок годности, условия хранения и сведения об изготовителе. Если продукт содержит молоко, яйца, семена, орехи или другие компоненты, способные вызвать аллергическую реакцию, соответствующая информация должна быть отражена в маркировке.

Для макаронных изделий указывают вид продукции, состав, вид используемой муки, массу нетто, дату изготовления, срок годности и условия хранения. При наличии яичных, молочных, соевых или других дополнительных компонентов они должны быть указаны в составе. Если изготовитель заявляет повышенное содержание белка или пищевых волокон, соответствующие сведения должны быть обоснованы.

Для мучных кондитерских изделий — печенья, вафель, пряников, кексов — особое значение имеют указание жиров, сахаров, пищевых добавок и аллергенов. В составе шоколадной продукции необходимо указывать используемые виды жиров и другие ингредиенты в соответствии с требованиями к конкретной категории продукта.

Для сахарных кондитерских изделий, включая карамель, конфеты, зефир и мармелад, необходимо указывать состав, количество, пищевую ценность, срок годности и условия хранения. Если применяются подсластители, красители, ароматизаторы и другие добавки, их обозначают согласно установленным правилам.

Для продукции, требующей специальных температурных условий, например охлаждённых десертов или изделий с кремовой начинкой, условия хранения должны быть особенно чёткими. Неправильное указание температуры или отсутствие необходимых сведений может привести к нарушению условий реализации и повышению риска порчи продукта.

6. Требования к языку, оформлению и размещению маркировочной информации.

В Республике Казахстан маркировка упакованной пищевой продукции должна предоставляться на казахском и русском языках. Перевод должен сохранять смысл исходной информации и не содержать противоречий между языковыми версиями. Использование иностранного языка допускается дополнительно, но не заменяет обязательную информацию на государственных языках в предусмотренных законодательством случаях.

Маркировка должна быть достоверной, понятной, легко читаемой и доступной для потребителя. Текст, изображения, символы и другие обозначения не должны вводить покупателя в заблуждение относительно состава, свойств, происхождения и назначения продукта. Информация должна сохраняться в течение установленного срока годности при соблюдении условий хранения.

При оформлении этикетки необходимо учитывать контрастность текста и фона, размер шрифта, расположение сведений и устойчивость нанесённой информации к стиранию. Обязательные сведения должны быть доступны для прочтения без необходимости повреждать упаковку или проводить сложные манипуляции с ней.

Не допускается использовать изображения фруктов, ягод, орехов, молока или других ингредиентов таким образом, чтобы они создавали ложное представление о составе продукта. Например, изображение клубники на упаковке не означает, что продукт содержит натуральную клубнику. Если продукт имеет клубничный вкус благодаря ароматизатору, информация на упаковке не должна создавать впечатление о наличии натуральных ягод, если их в действительности нет.

Также не допускается необоснованное использование лечебных и профилактических утверждений. Обычный пищевой продукт нельзя представлять как средство лечения заболеваний или гарантированного улучшения здоровья. Заявления о питательной и биологической ценности должны соответствовать фактическому составу и установленным требованиям.

7. Маркировка пищевой продукции с учётом аллергенов, пищевых добавок и специальных свойств.

Особое значение имеет указание компонентов, способных вызывать аллергические реакции или индивидуальную непереносимость. К ним относятся, в частности, злаки, содержащие глютен, яйца, молоко, соя, арахис, орехи, рыба, ракообразные и другие компоненты, перечисленные в требованиях технического регламента.

Для пищевой продукции, содержащей такие ингредиенты, информация должна быть представлена в составе с соблюдением правил выделения и обозначения аллергенов. Это позволяет потребителям с пищевой аллергией или непереносимостью избегать потенциально опасных продуктов.

Пищевые добавки указывают с учётом их функционального назначения: краситель, консервант, антиокислитель, эмульгатор, стабилизатор, загуститель, подсластитель и другие категории. После функционального назначения приводят наименование добавки или её индекс в соответствии с применимыми правилами.

Например, в составе кондитерского изделия могут быть указаны: «краситель — бета-каротин (Е160а)», «эмульгатор — лецитины (Е322)», «консервант — сорбат калия (Е202)». Конкретное обозначение зависит от фактически использованной добавки и требований к её маркировке.

Если в продукте присутствуют компоненты, полученные с применением генно-модифицированных организмов, сведения об этом указывают в случаях и порядке, предусмотренных ТР ТС 022/2011. Для компонентов, содержание которых превышает установленный регламентом порог, применяются специальные требования к обозначению.

При заявлении специальных свойств — «без сахара», «с пониженным содержанием жира», «источник белка», «высокое содержание пищевых волокон», «без глютена» — изготовитель должен располагать подтверждением соответствия продукта установленным критериям. Подобные заявления не могут использоваться произвольно только в рекламных целях.

8. Маркировка пищевой продукции в потребительской и транспортной упаковке.

Потребительская упаковка предназначена для непосредственной продажи продукта конечному потребителю. На ней размещают основную информацию о

пищевой продукции: наименование, состав, количество, дату изготовления, срок годности, условия хранения, сведения об изготовителе и пищевую ценность.

Транспортная упаковка используется для перевозки, хранения и перемещения продукции между производителем, складом, оптовым поставщиком и торговой организацией. Её маркировка должна обеспечивать идентификацию продукции и партии, а также информировать о необходимых условиях обращения.

На транспортной упаковке указывают наименование продукта, количество, дату изготовления, срок годности, условия хранения, сведения об изготовителе и данные, позволяющие идентифицировать партию. Если продукция находится в потребительской упаковке, сведения могут быть представлены с учётом требований ТР ТС 022/2011 к транспортной упаковке и особенностей конкретного способа поставки.

При транспортировании и хранении маркировка должна оставаться читаемой и сохранять связь с соответствующей партией продукции. Для этого применяются этикетки, ярлыки, штрихкоды, номера партий и другие средства идентификации.

9. Средства идентификации, цифровая маркировка и прослеживаемость продукции.

Современная маркировка включает не только текстовую информацию, но и различные средства идентификации. К ним относятся штрихкоды, QR-коды, номера партий, электронные идентификаторы и специальные средства цифровой маркировки, если они предусмотрены для соответствующей категории товаров.

Штрихкод позволяет автоматизировать учёт продукции при производстве, складировании и продаже. QR-код может использоваться для предоставления дополнительной информации о продукте, например о производителе, составе, происхождении сырья или способах использования. При этом цифровая информация не заменяет обязательные сведения, которые должны быть нанесены на упаковку в соответствии с требованиями технического регламента.

Прослеживаемость продукции представляет собой возможность установить происхождение сырья, этапы производства, перемещения и реализации пищевого продукта. Она особенно важна при выявлении несоответствий и необходимости изъятия небезопасной продукции из обращения.

В производственных условиях прослеживаемость обеспечивается посредством ведения документации о поступлении сырья, производственных партиях, технологических операциях, упаковке, складировании и отгрузке готовой продукции.

Единый знак обращения продукции на рынке ЕАЭС — ЕАС — свидетельствует о том, что продукция прошла предусмотренные процедуры оценки соответствия требованиям применимых технических регламентов. Его нанесение осуществляется в случаях, установленных законодательством ЕАЭС. Знак ЕАС не следует путать с товарным знаком производителя или добровольным знаком качества.

10. Ответственность изготовителей и поставщиков за нарушение требований маркировки.

Изготовитель несёт ответственность за достоверность сведений, указанных на упаковке, соответствие маркировки фактическому составу продукции и соблюдение обязательных требований технических регламентов. Импортёр и продавец также должны обеспечивать обращение продукции с надлежащей маркировкой.

К распространённым нарушениям относятся отсутствие обязательной информации, неправильное указание состава, недостоверная пищевая ценность, отсутствие даты изготовления или срока годности, ошибки в переводе, нечитаемый текст, неверные условия хранения и использование необоснованных заявлений о свойствах продукта.

Отдельным нарушением является несоответствие маркировки фактическому составу. Например, если на упаковке указано отсутствие сахара, но в рецептуре используется сахароза, такое обозначение может вводить потребителя в заблуждение. Аналогично недопустимо заявлять о наличии натуральных ягод, орехов или других компонентов, если они отсутствуют в составе.

При выявлении нарушений уполномоченные государственные органы могут проводить контрольные мероприятия в пределах своих полномочий. В зависимости от характера нарушения применяются предусмотренные законодательством меры, включая предписания об устранении несоответствий, ограничение обращения продукции и административную ответственность.

Маркировка должна рассматриваться как часть системы управления качеством и безопасностью предприятия. Поэтому её разработка, проверка и утверждение должны проводиться до выпуска продукции в обращение.

11. Экспертиза маркировки и выявление несоответствий.

Экспертиза маркировки представляет собой комплексную проверку соответствия информации на упаковке требованиям технических регламентов, нормативной документации и фактическим характеристикам пищевой продукции.

На первом этапе проверяют наличие всех обязательных сведений: наименования, состава, количества, даты изготовления, срока годности, условий хранения, информации об изготовителе и пищевой ценности. Затем оценивают правильность оформления, читаемость, наличие информации на казахском и русском языках.

На следующем этапе проводят сопоставление маркировки с рецептурой, технологической документацией, спецификациями на сырьё и результатами лабораторных исследований. Например, заявленное содержание белка можно проверить расчётным или лабораторным методом, а наличие определённых ингредиентов — изучить по рецептуре и при необходимости подтвердить аналитическими методами.

При экспертизе также проверяют соответствие заявлений о специальных свойствах установленным критериям. Для продукции с обозначениями «без сахара», «источник клетчатки», «высокое содержание белка» или «без глютена» необходимо оценить, подтверждены ли эти характеристики документально и результатами исследований.

Результаты экспертизы оформляют в виде заключения, в котором указывают выявленные несоответствия, нормативные требования и рекомендации по их устранению.

Заключение

Маркировка пищевой продукции является обязательным элементом обеспечения качества, безопасности и защиты прав потребителей. Она предоставляет информацию о составе, пищевой ценности, сроке годности, условиях хранения и

изготовителе продукта, а также позволяет идентифицировать продукцию и проследить её движение на всех этапах обращения.

В Республике Казахстан основным нормативным документом, регулирующим маркировку пищевой продукции, является ТР ТС 022/2011. При разработке этикеток необходимо учитывать требования ЕАЭС и национального законодательства, в том числе обязательное предоставление информации на казахском и русском языках.

Правильно оформленная маркировка должна быть достоверной, понятной, читаемой и соответствовать фактическому составу продукта. Для предприятий пищевой промышленности проверка маркировки является важной частью производственного контроля и системы управления безопасностью пищевой продукции.

Контрольные вопросы

1. Что такое маркировка пищевой продукции и каковы её основные функции?
2. Какое назначение имеет маркировка для изготовителя и потребителя?
3. Какой технический регламент устанавливает основные требования к маркировке пищевой продукции в Республике Казахстан?
4. Какие требования предъявляются к оформлению и читаемости этикетки?
5. Как указывают пищевые добавки в составе продукта?
6. Почему необходимо выделять аллергены в маркировке?
7. Какие требования предъявляются к маркировке продукции с ГМО?
8. Какие нарушения чаще всего встречаются при оформлении маркировки?
9. Какую ответственность несёт изготовитель за недостоверную информацию на упаковке?