

**УДК 330.336.65**

**А. С. Киреева**, студентка 3-го курса экономического факультета  
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарева

**Е. В. Поелуева**, студентка 3-го курса экономического факультета  
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарева

**И. А. Солдаткина**, студентка 3-го курса экономического факультета  
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарева

**О. С. Сущева**, студентка 3-го курса экономического факультета  
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарева

## **МАРКИРОВКА ПРОДУКЦИИ КАК НОСИТЕЛЬ ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ И КРИТЕРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные аспекты, связанные с честной маркировкой продукции. Представлены требования, нормативы и правила нанесения маркировки. Рассмотрены наиболее часто встречаемые знаки, как особый элемент маркировки. Указаны требования, предъявляемые к маркировке пищевых и непродовольственных товаров.

**Ключевые слова:** маркировка, продукция, требования, знаки, информация, законодательство, нормативы, соответствие.

**Abstract.** This article describes the main aspects related to honest labeling of products. Provides requirements, standards and rules of marking. The most frequent signs, as a particular element of marking. Specified requirements for the labeling of food and non-food items.

**Keywords:** marking, production, requirements, signs, information, legislation, regulations, compliance.

Современный бизнес – способная к саморазвитию система, зависящая от внешних воздействий и внутренних импульсов. При этом создание таких условий, при которых извлечение прибыли будет сопряжено с социальными и этическими ценностями, является прерогативой всех заинтересованных сторон

[3]. Вполне справедливо подчеркнем, что каждый менеджмент руководящего звена, проявляя заботу о стратегическом будущем своей компании, должен, главным образом, ориентировать свою деятельность в направлении социально ответственного поведения [4]. Последнее, как показывает практика невозможно без четкого соблюдения критериев, которым должен отвечать бизнес, двигаясь по этому пути. Одним из таких критериев является высокое качество товаров и услуг, основу которого определяет честная маркировка продукции.

Неотъемлемой частью любого товара является его маркировка, которая является носителем важной информации, как о нем, так и о предметах, которые связаны с его использованием. Это может быть информация, требуемая как в законодательном порядке, так и дополнительная, которая передается добровольно, с учетом ее необходимости или полезности для производителей, потребителей и других заинтересованных сторон, которые чувствуют в процессе обращения данного товара.

Маркировка несет определенную информацию о продукте. Данная информация может быть представлена, различными способами. Так, например комплекс информации в виде текста, различных графических вариантов, цветовых знаков и их сочетаний, которые наносятся в зависимости от определенных условий непосредственно на готовое изделие, упаковку, табличку, ярлык или этикетку [1].

Рассмотрим наиболее общие требования, предъявляемые к маркировке товаров.

➤ в первую очередь, маркировка продукции должна обеспечиваться поставщиком, который в силу с действующего законодательства несет ответственность за качество ее выполнения и достоверность приводимой в ней информации. Состав и содержание маркировки продукции должны быть достаточными для обеспечения безопасного обращения с ними.

➤ информацию, которую требуют для маркировки продукции, должны получать только из достоверных и проверенных источников, которые в свою очередь компетентны в данных вопросах. Так же необходимую информацию можно получить в результате самостоятельных исследований,

которые проводятся в соответствии с действующей нормативной документацией.

➤ маркировка продукции обязательно должна быть понятной, четкой и разборчивой, контрастной на фоне изделия, на котором она размещается, или цветовой гамме его упаковки, а также устойчивой к различным климатическим факторам.

➤ маркировка обязательно должна сохраняться в течение допустимого срока использования товара.

➤ варианты нанесения маркировки и изготовления этикеток, а также материалы, которые применяются при данном процессе, должны учитывать характерные особенности товара, а так же обеспечивать необходимое качество изображения.

➤ в случае, когда обеспечение маркировки товара невозможно, например, из-за объема или характера товара, соответствующая информация должна быть представлена в сопроводительной документации, причем к каждой единице продукции.

➤ необходимые требования к маркировочной информации, месту, способам нанесения, качеству выполнения маркировки и его контролю устанавливаются в нормативно-технических документах или договорах на поставку продукции.

➤ так же нужно отметить, что в таких ситуациях, следует избегать излишней или не являющейся необходимой маркировки, так как она может усложнять восприятие действительно важной и необходимой информации.

Особую значимость в составе маркировки имеют знаки. При этом заметим, что каждый знак, он не случаен и несет в себе определенную полезную для потребителя информацию. Информационные знаки представляют собой краткие и информативные изображения, несущие определенную информацию. Применяемые в настоящее время информационные знаки разделяют на следующие группы: 1) товарные знаки; 2) знаки наименования мест происхождения товаров; 3) знаки соответствия или качества; 4) штриховые коды; 5) компонентные знаки; 6) размерные; 7) эксплуатационные;

8) манипуляционные; 9) предупредительные; 10) экологические.

Существующие образцы знаков представлены на рисунке 1.

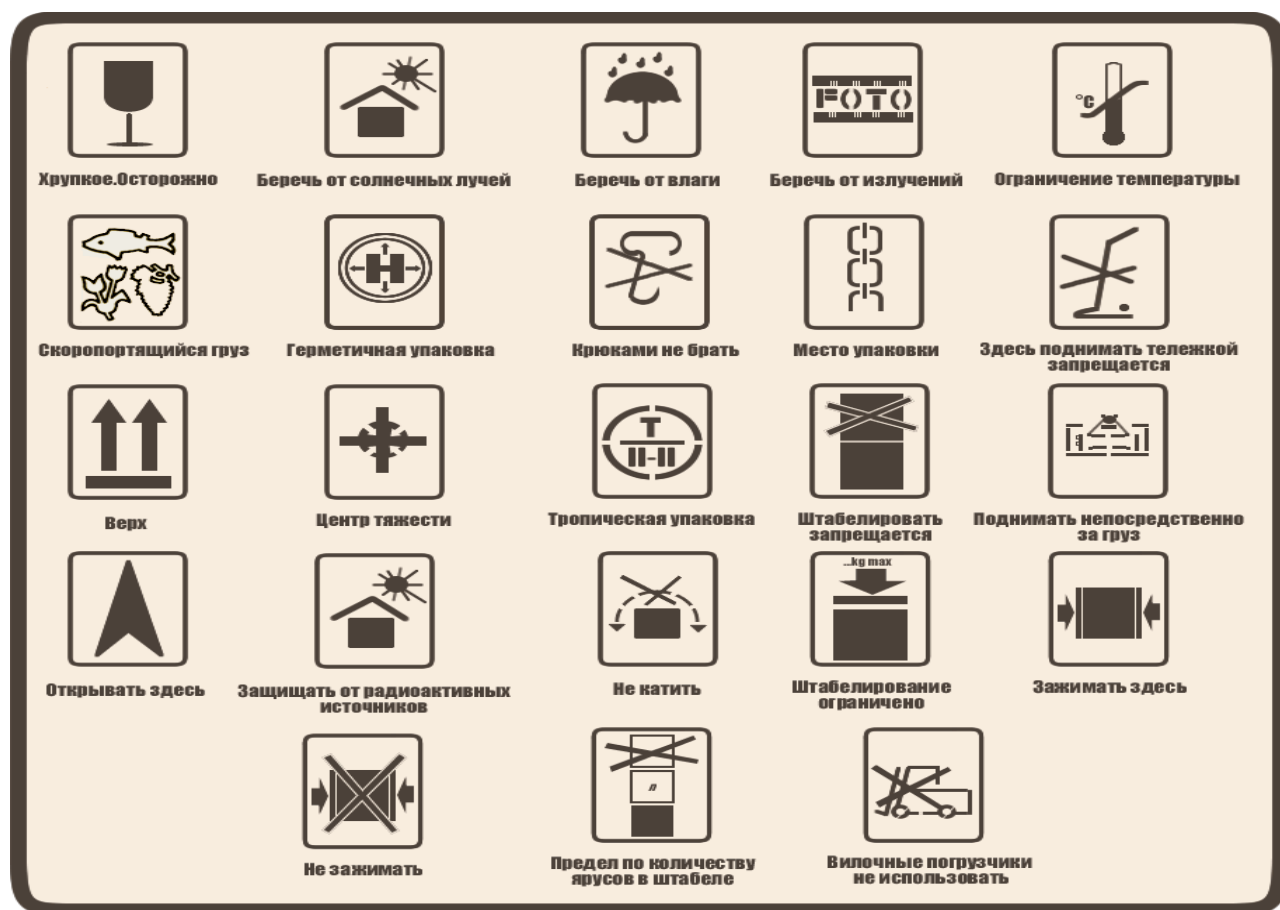


Рисунок 1 – Знаки в составе маркировки

Выделяются следующие основные принципы создания и оценки знаков с точки зрения потребителей:

- 1) графический вид должен быть как можно проще;
- 2) знаки должны быть понятны для пользователей;
- 3) знаки должны следовать определенной логике для обеспечения идентификации и размещения на объекте маркирования.

При всем этом следует учитывать определенные требования, предъявляемые к знакам:

– во-первых, знаки должны быть легко распознаваемы и понимаемы, отличны от других, а в особых случаях – и осязаемы;

– во-вторых, одни и те же знаки должны иметь одинаковое значение независимо от вида маркированного предмета и его функций.

На начальных этапах внедрения знаков в обращение, учитывая необходимость определенного периода для запоминания и усвоения графического образа и значения знака, было бы полезным сопровождать его вспомогательным текстом, особенно в случаях, затрагивающих безопасность людей, окружающей среды и материальных ценностей.

С позиции полноценного рациона питания для каждого потребителя особое место занимают пищевые продукты (продукты питания). В этой связи полезным будет представить информацию относительно маркировки товаров, относящихся к этой категории

Маркировка пищевых продуктов на территории Российской Федерации должна быть нанесена на русском языке (в соответствии с нормами и правилами языка). Маркировка наносится на каждую единицу потребительской тары, материалы, используемые при маркировке которые непосредственно имеют контакт с продуктом не должны оказывать влияния на продукт при хранении и транспортировке [2].

Наносимая информация должна быть достоверной, полной и однозначно понимаемой. Не должно возникать ситуаций вводящих потребителя в заблуждение.

Информация, наносимая на этикетку должна содержать следующее:

1. Наименование продукта.

Наименование продукта должно быть уникальным, понятным, конкретно и достоверно характеризовать продукт. Как правило, наносится отличительным шрифтом по дизайну и размеру, должен хорошо читаться на любом фоне. Также к наименованию присоединяют информацию об его отличительных состояниях. Добавление на этикетку информации от определенных исключительных свойствах.

2. Наименование изготовителя.

На этикетке указывается полное наименование производителя, а также юридический и фактический адрес производства. Юридический адрес импортных пищевых продуктов пишется на латинском языке его фактического места нахождения, наименование страны импортера пишется на русском языке.

Данная информация может дополняться нанесением на этикетку товарного знака производителя (при его наличии).

### 3. Масса нетто, объем или количество пищевого продукта

Для жидких пищевых продуктов указывают объем (например: «Растительное масло» 0,5 л, Лимонад «Колокольчик» 350 мл и т. д.), для сыпучих (например, крупы), вязких (пасты) указывают массу нетто в г (граммах) или кг (килограммах)

### 4. Состав продукта.

На этикетку наносят все входящие в состав ингредиенты, они перечисляются после слова «Состав:» в порядке уменьшения массовой доли в момент изготовления пищевого продукта. Если один или несколько ингредиентов представляет собой пищевой продукт состоящий из двух или более ингредиентов то указывается его состав в порядке уменьшения массовой. Обязательны к нанесению на этикетку информации о содержании в продукте пищевых добавок, биологически активных добавок, ароматизаторов, консервантов, генетически модифицированных пищевых продуктов.

### 5. Информация о пищевой ценности продукта.

Пищевую ценность наносят в пересчете на 100 грамм (100 мл) продукта, обязательны к нанесению содержание белков, жиров, углеводов, и энергетическую ценность в килоджоулях или килокалориях.

### 6. Рекомендации по приготовлению готовых блюд.

Указывают преимущественно для полуфабрикатов, концентратов. Для других видов продукции указание рекомендации по приготовлению необходимы, только если правильное их использование без данной информации затруднено.

### 7. Условия хранения и сроки годности.

Условия хранения указывают для продуктов требующих специальных условий хранения (температура, влажность и т. д.).

Срок годности исчисляется с даты изготовления, его устанавливает изготовитель продукта с указанными условиями хранения. Срок годности указывается следующим образом «Годен до ... (дата)» или в других

разрешенных стандартом вариантах. Если срок годности продукта исчисляется часами, указывают «Годен в течение ... часов»

#### 8. Дата изготовления и дата упаковывания.

На этикетке наносится следующая информация «Изготовлено (Дата)», «Упаковано (дата)». Для продуктов срок годности, которых исчисляется часами, также указывается час изготовления или упаковывания [5].

#### 9. Обозначение документа в соответствие, с которым изготовлен продукт.

Указывается ГОСТ, ТУ, или иной технический регламент или документ не противоречащий стандартам РФ. Для импортных продуктов допускается не указывать. Для продуктов, сертифицированных на соответствие требованиям технического регламента возможно нанесение знака соответствия (обязательная и добровольная сертификация, сертификат таможенного союза и т.д.)

С точки зрения бытовой составляющей удовлетворения потребностей потребителей речь идет о непродуктивной категории товаров, где маркировка также имеет свои отличительные признаки и характеристики.

Данные о непродуктивных товарах с учетом их вида и особенностей должны содержать в себе следующую информацию для потребителей:

- название продукции;
- государство и компания-изготовитель, государство, наименование которых может быть обозначено буквами латинского алфавита);
- условия и правила использования;
- основные характеристики и свойства продукции, её назначение;
- иная информация.

Указанные сведения должны быть размещены на упаковке или этикетке товара, изложены в его технической документации. Иные сведения в соответствии с требованиями государственных стандартов к отдельным видам непродуктивных товаров связаны с правилами их продажи. Обычно это относится к парфюмерно-косметическим товарам, товарам бытовой химии и другим видам продукции.

Таким образом, основная функция маркировки — это доведение до сведения потребителя всей информации о потребительских свойствах продукции, об условиях её правильного хранения, транспортировки, использования и утилизации. Изготовитель и продавец несут полную ответственность за соответствие товара предъявляемым к нему требованиям и в частности, заявленной о нём информации. Всю эту информацию мы получаем при помощи информационных знаков, указанных на маркировке. Все эти знаки несут в себе большую информацию о товаре, которую необходимо учитывать во всех аспектах нашей жизни.

### **Библиографический список**

1. Маркировка как средство товарной информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/>
2. Рос-Тест. Маркировка продукции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ros-test.ru/blog/2012/08/16/markirovka-produktsii/>
3. Савина Т. Н. Становление и развитие корпоративной социально-экономической ответственности с позиций требований времени и институциональной среды / Савина Т. Н. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. № 34. с. 55-64.
4. Савина Т. Н. Институт корпоративной социальной ответственности как инновационный социально ориентированный проект / Савина Т. Н. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 2. С. 33-42.
5. Чалых, Т. И., Коснырева, Л. М., Пашкевич, Л. А. Товароведение упаковочных материалов и тары для потребительских товаров. М.: Академа, 2005.