

УПАКОВКА И МАРКИРОВКА КАК ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

В настоящее время ввиду жесткой борьбы за потребительский рынок у производителей упаковки возникает проблема качества и конкурентоспособности своего товара. Увеличение выпуска объема фасованных пищевых продуктов, расширение их ассортимента выдвигают определенные требования к материалам, используемым для упаковки, и к их маркировке. Наряду с традиционным материалом, таким как бумага, все большее применение находят полимеры в сочетании с бумагой, картоном, алюминиевой фольгой и т.д.

Упаковка — это один из важнейших показателей качества и конкурентоспособности товара на рынке. Она берет на себя роль информационного инструмента, который передает потребительской аудитории всю необходимую информацию. Главными факторами упаковки товара являются качество и безопасность упаковочных материалов, информационная точность маркировки, а также дизайн.

Государственный надзор и контроль за безопасностью упаковки на соответствие требованиям ТР ТС 005/2011 [1] осуществляет Министерство здравоохранения Республики Беларусь и другие государственные органы. В результате многочисленных исследований в этой области ученые обнаружили более 170 опасных химических веществ, которые на законных основаниях используются в производстве упаковки для пищевых продуктов. Список химических веществ, обнаруженных в упаковке, включает в себя и те, которые имеют свойство накапливаться в окружающей среде и организме человека. В настоящее время жесткая конкуренция заставляет производителей отходить от экологически небезопасной продукции и делать выбор в пользу органической упаковки.

Анализ упаковки товара доказывает, что она берет на себя функцию идентификатора товарного бренда. Разработка индивидуальной упаковки позволяет продукции выделиться среди «себе подобных» и сделать ее не просто узнаваемой, но и запоминающейся.

Маркировка является первым информационным блоком, с которым встречается потребитель при покупке товара, и содержит всю основную информацию. При этом она должна быть четкой и разборчивой; размещаться на фоне, контрастном по отношению к цвету упаковки; устойчивой к воздействию климатических факторов; сохраняться в течение всего срока использования товара; достаточной для обеспечения безопасного обращения с товаром [2].

Таким образом, грамотная и четкая маркировка будет положительно влиять на конкурентоспособность товара, соответствовать требованиям ТНПА, облегчит процедуру сертификации, тем самым позволит также повлиять на предпочтения потребителей. Внедрение инновационных технологий производства новых упаковочных материалов, а также соблюдение гигиенических требований к безопасности данного вида изделий приводит к повышению качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции и как итог — к сохранению здоровья потребителей.

Источники

1. О безопасности упаковки : ТР ТС 005/2011. — Введ. 01.07.2013. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2012. — 35 с.
2. Пищевая продукция в части ее маркировки : ТР ТС 022/2011. — Введ. 01.07.2013. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2012. — 26 с.