

АНАЛІЗ ВИМОГ ДО МАРКУВАННЯ ДІЄТИЧНИХ ДОБАВОК В УКРАЇНІ

Ромелашвілі О. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

osromelashvili@gmail.com

Вступ. На споживчому ринку України в обігу знаходиться широкий асортимент дієтичних добавок (ДД) як зарубіжного так і вітчизняного походження. ДД, що перебувають на вітчизняному ринку охоплюють багато напрямів фізіологічної дії та представлені у широкому асортименті за формами випуску. Наприклад, вітамінні комплекси, засоби для регулювання метаболізму, покращення системи травлення тощо. Напрями фізіологічної дії, що наведені на упаковці таких засобів можуть ввести в оману покупців, особливо, якщо ці засоби купуються в аптечних закладах.

Мета. Проаналізувати вимоги до маркування ДД в Україні

Основний матеріал та дослідження. Відповідно до Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів», дієтична добавка – це харчовий продукт (ХП), тому і вимоги до ДД висувуються, безпосередньо, як до харчових продуктів. Отже, нормативно-правова база України з маркування ХП є комбінацію загальних та спеціальних нормативно-правових актів. Документи першої категорії встановлюють загальні вимоги до маркування всіх видів харчової продукції, а певні спеціальні документи містять додаткові вимоги до маркування окремих ХП або груп. Так, у Законі України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» наведено наступні загальні вимоги до маркування ХП:

- назва харчового продукту;
- перелік інгредієнтів;
- будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які використовуються у виробництві і залишаються присутніми у готовому продукті;
- кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів;
- кількість продукту в установлених одиницях вимірювання;
- мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання;
- найменування та місцезнаходження оператора ринку ХП, відповідального за інформацію про ХП, а для імпортованих ХП - найменування та місцезнаходження імпортера;
- країна походження або місце походження;

- інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання ХП;
- інформація про поживну цінність ХП.

Крім того, відповідно до частини 2 статті 39 цього Закону, маркування ХП повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір ХП відповідно до потреб споживача. Частина 7 статті 39 Закону вказує, що у маркуванні можуть бути зазначені певні речовини та їх кількість без зазначення властивостей, які харчовий продукт має завдяки цим речовинам. При цьому оператор ринку повинен мати докази щодо вмісту цих речовин, якими, зокрема, можуть бути результати досліджень (випробувань), що належать оператору ринку, інших суб'єктів або дані постачальників інгредієнтів. Згідно з частиною 8 статті 39 вищезазначеного Закону України забороняється для реклами ДД використовувати вислови щодо можливої лікувальної дії, втамування болю.

Спеціальні вимоги до ДД наведено у наказі МОЗ № 1114 від 19.12.2013 «Гігієнічні вимоги до дієтичних добавок», перелік яких наведено нижче: назву харчового продукту - «дієтична добавка»; назву категорій окремих поживних або інших речовин, що характеризують продукт або які вказують на походження таких окремих поживних або інших речовин; кількість (порцію) ДД, рекомендовану для щоденного споживання; попередження не перевищувати зазначену рекомендовану кількість для щоденного споживання; вказівку про те, що ДД не слід використовувати як заміну повноцінного раціону харчування; застереження про те, що продукт потрібно зберігати в недоступному для дітей місці.

Також, відповідно до пункту 3.3 Гігієнічних вимог до дієтичних добавок, затверджених наказом МОЗ України, етикетування і реклама ДД не повинні містити вислови щодо можливої лікувальної дії, втамування болю; листи подяки, визнання, поради, якщо вони пов'язані з лікуванням чи полегшенням умов перебігу захворювань, а також посилання на таку інформацію. Відповідно до частини дев'ятої статті 21 Закону України «Про рекламу», у рекламі товарів та методів, що не належать до лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, а також у рекламі харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів та ДД забороняється посилатися на те, що вони мають лікувальні властивості.

Висновки. Отже, виробники ДД несуть повну юридичну та адміністративну відповідальність за дотримання наведеного тексту етикетування в маркуванні ДД.