

## ПРОБЛЕМА ЯКОСТІ ДІЄТИЧНИХ ДОБАВОК В КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКУВАННЯ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

*Козаченко В. Б., Ромелашвілі О. С.*

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

За останні роки в Україні стрімко розвивається ринок продажу дієтичних добавок (ДД). Обсяги продажів цієї категорії продукції щорічно збільшуються, завдяки інтенсивній рекламній кампанії та налагодженій системі діяльності багаторівневого маркетингу. За підсумками 2020 р. обсяги ринку ДД в Україні становили 8 млрд грн, на 25,8 % більше порівняно з попереднім роком. Отже, ДД на українському ринку представлені у широкому асортименті, за різноманітними формами випуску та охоплюють багато напрямів фізіологічної дії.

Однак, в процесі перебування на ринку цього продукту спостерігаються нерідкі випадки зловживань з боку виробників та розповсюджувачів ДД, це призводить не лише до матеріальної шкоди для споживачів, але і несе загрозу їх життю та здоров'ю. Значної актуальності також набула проблема недостовірної реклами ДД, зокрема, використання в рекламі неточних і нечітких висловлювань, перебільшень і недостовірних відомостей про властивості продукту.

Відповідно до Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів», ДД – це харчовий продукт (ХП), тому і вимоги до ДД висуваються, безпосередньо, як до ХП. 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.

У чинному законодавстві України надається визначення «маркування», під яким розуміються всі слова, описи, знаки для товарів і послуг, назви марок, зображень чи символів, що стосуються харчових продуктів і розміщені на будь-якій упаковці, етикетці (стікері), споживчій тарі, контретикетці, ярлику, пробці, листку-вкладиші, що супроводжують чи належать цьому виду харчових продуктів.

Щодо маркування ДД для більшої зручності можна розділити вимоги до маркування на загальні, тобто такі, які передбачені для всіх харчових продуктів, та спеціальні.

Останнім часом, в маркетингу, популярним явищем стало вживання, так званої, «екологічної» продукції. Не виключенням стали і ДД. Деякі виробники даної категорії продукції стали використовувати у маркуванні назви «еко», «органічний», «натуральний», не зважаючи на те, що при використанні таких тверджень необхідне відповідне підтвердження у вигляді екологічного маркування та наявності сертифікату.

Поняття «екологічне маркування» визначено згідно ДСТУ ISO 14020:2003 Екологічні маркування та декларації - Загальні принципи (ISO 14020:2000, IDT): екологічне маркування - твердження, в якому зазначено екологічні аспекти певної продукції чи послуги. Екологічне маркування може бути подано у вигляді формулювання, символу чи зображення на етикетці продукції або пакування, в документації на продукцію, в технічних бюлетенях, в рекламних матеріалах тощо. Відповідність продукції встановленим екологічним аспектам підтверджується сертифікатом екологічного маркування.

Екологічна сертифікація – процедура, під час якої визнаний в установленому порядку орган з екологічного маркування документально засвідчує відповідність продукції встановленим екологічним критеріям. Орган з проведення оцінки відповідності продукції встановленим екологічним критеріям (орган з екологічного маркування) – незалежний від суб'єкта господарювання орган, який у своїй діяльності керується програмою екологічного маркування відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 14024 (ДСТУ ISO 14024 «Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи та методи»).

Отже, екологічна сертифікація, зокрема засвідчення відповідності продукції екологічним критеріям, здійснюється визнанням в установленому порядку органом з екологічного маркування. Відсутність належного факту встановлення відповідності продукції, що позиціонується як екологічна, згідно екологічних критеріїв, дає підстави говорити про відсутність екологічної продукції.

Сьогодні в Україні, оцінювання ДД здійснюється за схемами згідно з ISO 14024 на відповідність вимогам стандарту СОУ ОЕМ 08.002.03.052:2010 Продукти харчові спеціального дієтичного споживання, функціональні харчові продукти та дієтичні добавки. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу.

Даний стандарт розроблений у відповідності з принципами та структурою оцінювання життєвого циклу продукції згідно з ДСТУ ISO 14040.

Вимоги стандарту адаптовані до вимог актів права ЄС, зокрема:

Регламенту Європейського Парламенту та Ради (ЄС) № 1333/2008 від 16 грудня 2008 року про харчові добавки;

Регламенту Європейського Парламенту та Ради (ЄС) № 1334/2008 від 16 грудня 2008 року про ароматизатори та деякі харчові інгредієнти з ароматизованими властивостями, що застосовується в продуктах харчування;

Постанови Комісії (ЄС) № 466/2001 від 08 березня 2001 року, що встановлює максимальні рівні для деяких контамінантів в харчових продуктах.

За результатами аналізу реєстру чинних екологічних сертифікатів, виданими центром екологічної сертифікації та маркування Ecolabel UA, на сьогодні 16 національних виробників ХП отримали екологічні сертифікати, і лише один з них є виробником ДД.

З розумінням проблеми якості ДД у контексті екологічного маркування, нами було проаналізовано ДД різних виробників, форм випуску та фізіологічної дії, що доступні у продажу для широкого кола споживачів.

Так, в ході дослідження, нами було проаналізовано 92 найменування ДД, та виявлено, що 26 найменувань ДД на етикетці (або упаковці) мають зазначення «натуральний», «100 % натуральний», «біо», «ВІО» тощо. З 2019 року в Україні діє закон, згідно з яким жоден виробник не має права додавати до назви свого товару слова «еко-», «органік» чи «біо-» без отримання відповідного сертифіката. Але ж, документальних доказів, які підтверджують відповідність аналізованих ДД певним екологічним критеріям не надано. Це дає нам змогу зробити висновок, що виробники відповідних ДД розміщують на етикетці зображення із зазначеними написами, при цьому, не маючи ні сертифікатів, ні дозвільних документів, які підтверджують, що ДД дійсно відповідають властивостям екологічної продукції. Відповідно, зазначена інформація є неправдивою. До того ж пересічний покупець, обираючи серед широкого асортименту ДД, сподівається отримати такий продукт, що відповідає його потребам і керується він інформацією, заявленою виробником, зокрема, зазначеною на етикетці у вигляді перелічених вище позначень.

Вітчизняний ринок ДД розгалужений і має декілька основних каналів просування продукції – аптеки, супермаркети й інші заклади роздрібною торгівлі, прямі продажі, інтернет-продажі, мережевий маркетинг тощо. Саме цей факт ускладнює моніторинг обігу ДД. Тому, в Україні існує проблема маркування ДД, а саме екомаркування. Цілями такої пропаганди є поліпшення престижу і репутації виробника, формування і підвищення зацікавленості споживачів та поширення комерційних даних через засоби масової інформації.