

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ

УДК 006.024:641.1 DOI: [https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019\(31\)01](https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019(31)01)

Наталія ПРИТУЛЬСЬКА д. т. н., професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного торговельно-економічного університету
E-mail: pritulska@knteu.kiev.ua
ORCID: 0000-0002-9010-4190 вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

Дмитро АНТЮШКО к. т. н., доцент кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю Київського національного торговельно-економічного університету
E-mail: danten5150@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8769-9659 вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

Віктор ОСИКА д. т. н., доцент, декан факультету торгівлі та маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету
E-mail: osyka@knteu.kiev.ua
ORCID: 0000-0002-5081-7727 вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

МАРКУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ: НОВЕЛИ УКРАЇНСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Проаналізовано зміст Закону України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" стосовно встановлених вимог до маркування продовольчої продукції для кінцевих споживачів. Визначено основні переваги для зацікавлених сторін, зокрема споживачів, відповідальних операторів ринку, державних органів, від впровадження положень дослідженого нормативного акта, розглянуто готовність до впровадження нових змін вітчизняними виробничими підприємствами.

Ключові слова: законодавча база, інформування споживачів, маркування, відповідальні оператори ринку харчових продуктів, етикетка, інформація про харчовий продукт, гарантійні зобов'язання.

Притулська Н., Антюшко Д., Осыка В. Маркировка пищевых продуктов: новеллы украинского законодательства. Проанализировано содержание Закона Украины "Об информации для потребителей относительно пищевых продуктов" касательно требований, установленных для маркировки продовольственной продукции для конечных потребителей. Определены основные преимущества для заинтересованных сторон, в частности потребителей, ответственных операторов рынка, государственных органов, от внедрения положений исследованного нормативного акта, рассмотрена готовность к внедрению новых изменений отечественными производственными предприятиями.

Ключевые слова: законодательная база, информирование потребителей, маркировка, ответственные операторы рынка пищевых продуктов, этикетка, информация о пищевом продукте, гарантийные обязательства.

Постановка проблеми. Загальноприйнятим у сучасних умовах розвитку ринкових відносин є твердження, що споживач – це їхній визначальний суб'єкт. Для повноцінного забезпечення його потреб і базових інтересів у міжнародній та вітчизняній законодавчо-нормативній базі існує низка актів, що визначають його права. Зокрема, ст. 4 Закону України "Про захист прав споживачів" регламентує права споживачів на необхідну, доступну, вірогідну та своєчасну інформацію про продукцію [1]. Першочергового значення реалізація цього права набуває стосовно харчових продуктів.

Необхідність створення комплексної та багатоаспектної законодавчої бази для реалізації захисту прав споживачів, її гармонізації із законодавством Європейського Союзу, що обумовлено Угодою про асоціацію між Україною та ЄС, стала підставою для ухвалення Закону України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" [2], від 06.12.2018, що набув чинності з 06.08.2019. Це третій етап виконання базових норм впровадження умов зазначеної Угоди у сфері забезпечення безпечності та якості харчової продукції.

Дія вимог законодавчого акта [2] поширюється не лише на виробників харчових продуктів, а й на суб'єктів бізнесу, які здійснюють реалізацію своєї продукції у закладах роздрібною торгівлі, готельного обслуговування, ресторанного господарства, розробників і поширювачів реклами про харчові продукти. Чітке розуміння особливостей впровадження його змісту та вимог, зокрема щодо обов'язків операторів ринку, наведення обов'язкової та добровільної інформації, відповідальності за надання неточної та неправдивої інформації, прикінцевих і перехідних положень, дасть змогу підвищити ефективність роботи на ринку та забезпечувати конкурентоздатність і довіру до результатів діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань розроблення та впровадження методологічних аспектів управління безпечністю харчових продуктів через забезпечення належного інформування споживачів присвячено дослідження та праці закордонних і вітчизняних науковців: N. Koen [3], W. McGlynn [4], A. Brady [5], J. Surak [6], Л. Акуленко, С. Майструк, Ж. Пастовенської [7], Л. Дейнеко, Е. Шелудько [8] та ін.

Мета роботи – детальний аналіз та визначення перспектив застосування Закону України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" [2], основних переваг для зацікавлених сторін і готовності до впровадження операторами ринку.

Матеріали та методи. Як методологічну базу використано зміст Закону України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" [2], застосовано методи порівняльного аналізу та синтезу, виокремлення й узагальнення, індукції та дедукції, систематизації підходів до забезпечення належного інформування споживачів.

Результати дослідження. Основними регуляторними актами Верховної Ради, що є чинними в цій сфері, безпосередньо пов'язані й доповнюють нещодавно прийнятий Закон [2], є ЗУ "Про основні

принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів", "Про інформацію" та "Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин". Доцільно зазначити, що попередній Технічний регламент щодо правил маркування харчових продуктів [9] втратив чинність, бо не повністю відповідав нормам законодавства ЄС щодо надання інформації про продовольчі товари.

Аналізуючи оновлені норми та вимоги до маркування харчових продуктів, що встановлюються ЗУ "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" [2], передусім доцільно констатувати, що вони повністю відповідають положенням законодавства, яке є чинним у країнах ЄС, зокрема Регламенту (ЄС) №1169/2011 "Про надання споживачам інформації про харчові продукти". Це сприятиме більш активному виходу вітчизняних виробників продовольчої продукції на міжнародні та європейські ринки.

З метою реалізації високого рівня захисту здоров'я та задоволення соціально-економічних потреб громадян нормативний документ [2] встановлює організаційно-правові засади надання кінцевим споживачам харчових продуктів максимально вірогідної та доступної інформації. Водночас потребує уточнення факт, що дія законодавчого акта [2] не поширюється на харчову продукцію, що призначена (вироблена) для особистого споживання, а також допоміжні матеріали перероблення й ті, що контактують із продовольчими товарами.

Структура прийнятого законодавчого акта [2] містить 6 розділів (включаючи прикінцеві та перехідні положення), 30 статей та 11 додатків.

Проведений аналіз змісту документа [2] дає змогу констатувати наявність змін у його термінології. Зокрема, надано тлумачення 33 понять, що суттєво розширює кількість визначень, наведених у Технічному регламенті щодо правил маркування харчових продуктів [9], де їх було лише 3. Опрацювання термінів, представлених у Законі [2], дає підстави для висновку, що найбільш інноваційними для забезпечення законодавчого регулювання маркування харчових продуктів є такі, що визначаються як:

дата "вжити до" – граничний термін (календарна дата) споживання харчових продуктів, які через свої мікробіологічні властивості є швидкопсувними, визначена оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про харчовий продукт, після спливу якої останній може вважатися небезпечним для здоров'я людини;

інгредієнт – будь-яка речовина або продукт, включаючи харчові добавки, ароматизатори та харчові ензими, та будь-які складові складного інгредієнта, що використовуються під час виробництва або приготування харчового продукту і залишаються в готовому продукті, навіть в змінній формі. Залишки ветеринарних препаратів та пестицидів не вважаються інгредієнтом;

інформація про харчовий продукт – інформація, що стосується харчового продукту, яка надається кінцевому споживачеві через зазначення у маркуванні, інших супровідних документах та матеріалах

або в інший спосіб (у доступній наочній формі), встановлений для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування, зокрема з використанням сучасних засобів дистанційного зв'язку або усних повідомлень;

мінімальний термін придатності харчового продукту – дата, до настання якої характеристики харчового продукту залишаються незмінними в межах, визначених оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про такий харчовий продукт, за умови його зберігання відповідно до вимог, встановлених таким оператором ринку;

описова назва – назва, що описує харчовий продукт, яка дає змогу споживачам дізнатися про категорію харчового продукту та виокремити його серед інших подібних харчових продуктів;

основне поле видимості – зона на пакованні, яку найбільш імовірно бачить споживач при першому погляді на харчовий продукт під час здійснення покупки. Наведення у цій зоні основних характеристик, категорії харчового продукту, знака для товарів і послуг дає споживачу змогу ідентифікувати харчовий продукт. Якщо на пакованні є кілька ідентичних основних полів видимості, основним з них є те, яке обрав оператор ринку харчових продуктів, відповідальний за інформацію про харчовий продукт;

поле видимості – сукупність поверхонь пакування, інформацію з яких можливо прочитати з однієї точки огляду;

розбірливість – характеристика фізичного вигляду інформації, що визначає її візуальну доступність широкому загалу, яка зумовлюється визначеними цим законом елементами, зокрема розміром шрифту, інтервалом між літерами та рядками, шириною шрифту, його кольором, гарнітурою, співвідношенням ширини й висоти літер, поверхнею матеріалу та контрастом між надрукованим об'єктом і фоном.

З метою повноцінного забезпечення обізнаності споживачів про властивості харчових продуктів Законом [2] передбачено, що інформація, яка надається для кінцевих споживачів або закладів ресторанного господарства, має бути точною, вірогідною, зрозумілою й не вводити в оману споживачів щодо характеристик продукту (зокрема його категорії, ознак, властивостей, складу, кількості, терміну придатності, країни, місця, способу виробництва). Значна увага приділяється запобіганню приписуванню продовольчим товарам неприцятаних властивостей, специфічних характеристик, якщо аналогічні вироби мають такі ж. Особливо це стосується підкреслення наявності зазвичай представленого у певному продукті інгредієнта. Законодавчим актом [2] також заборонено використовувати інформацію щодо сприяння в запобіганні та лікуванні захворювань (за винятком природних мінеральних вод і харчових продуктів для спеціальних медичних цілей). Важливого значення дотримання вимог [2] набуває під час просування товару до споживача: надання рекламної інформації про харчовий продукт профільними суб'єктами з метою уникнення створення в споживачів хибної думки щодо характеристик товару. Це уможливить більш усвідомлений вибір з боку споживачів.

Прийнятий законодавчий акт [2] врегульовує також проблему надання інформації про нефасовані продукти. Прогнозується, що такі новації мають сприяти підвищенню ступеня реалізації прав споживачів на належну якість, повну й правдиву інформацію про харчову продукцію.

Проведений аналіз нормативного акта [2] дає підстави стверджувати, що відповідно до оновлених вимог маркування фасованої продукції (рис. 1) має містити:

- назву;
- перелік компонентів;
- зазначення інгредієнтів або матеріалів для перероблення, що спричиняють алергічні реакції або непереносність, зокрема злаків, що містять глютен, ракоподібних, молюсків, риби, яєць, арахісу, соєвих бобів, горіхів, молока, селери, гірчиці, люпину, насіння кунжуту й продуктів з них, із підвищеним вмістом двоокису сірки та сульфітів;
- кількість певних інгредієнтів або їхніх категорій;
- кількість продукту в установлених одиницях вимірювання;
- мінімальний строк придатності або дату "вжити до";
- особливості умов зберігання та/або використання (за потреби);
- найменування та місцезнаходження оператора ринку, відповідального за інформацію (для імпортованих – імпортера);
- країну або місце походження (за необхідністю);
- інформацію про поживну цінність;
- позначку "з ГМО", якщо частка генетично модифікованих організмів (ГМО) перевищує 0.9 % у будь-якому інгредієнті (вимога щодо нанесення такої позначки була відсутня у попередньому Технічному регламенті щодо правил маркування харчових продуктів);
- для напоїв із вмістом спирту понад 1.2 об. % – фактичний вміст спирту.

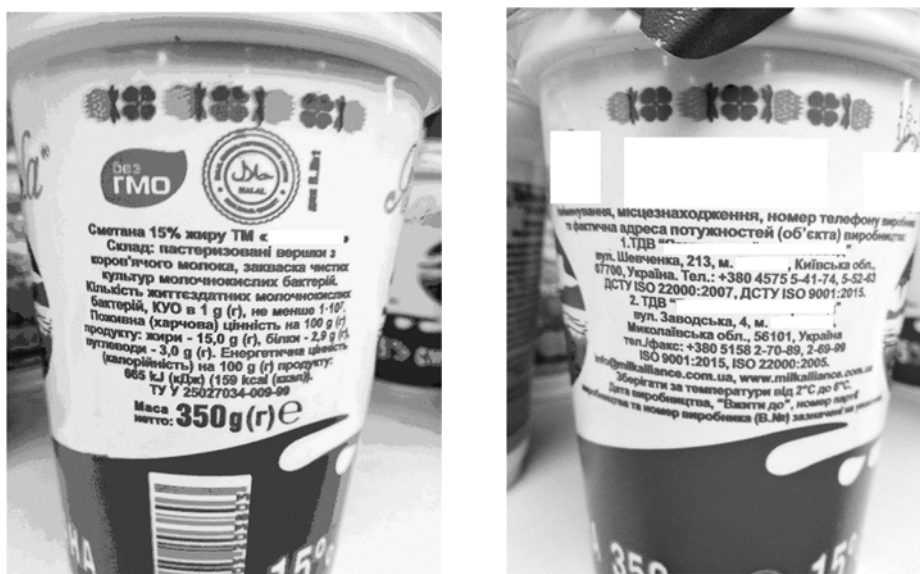


Рис. 1. Два поля видимості оновленого маркування фасованого харчового продукту

Оператори ринку можуть робити на маркуванні позначку "без ГМО" у разі їх відсутності. Також визначається, що у випадку реалізації харчових продуктів кінцевим споживачам або закладам ресторанного господарства нефасованими їх пакування у місці продажу на прохання споживача, фасування для подальшої реалізації кінцевим споживачам, обов'язковим є надання інформації про назву виробу, інгредієнти або допоміжні матеріали для перероблення, що можуть спричиняти алергічні реакції (*описані попередньо*).

Важливо зазначити, що новацією прийнятого Закону [2] є також те, що встановлено вимоги до розміщення й надання обов'язкової інформації про харчові продукти. Особливої уваги потребують положення щодо необхідності збільшення шрифту обов'язкової інформації маркування майже в 1.5 раза. Зокрема, висота малих літер такого тексту має дорівнювати або перевищувати 1.2 мм (попередня норма – не менше ніж 0.8 мм [9]), а за використання пакування, площа найбільшої поверхні якого становить менше 80 см², – 0.9 мм.

Регламентовано обов'язковість надання інформації про продовольчі товари державною мовою, а за рішенням відповідального оператора ринку поруч може наноситися переклад іншими мовами. Подібні вимоги мають сприяти не лише забезпеченню інформованості про властивості харчових продуктів, а й інтенсифікації виходу українських продовольчих товарів на міжнародні ринки збуту завдяки приведенню інформації на пакуванні у відповідність до вимог країн-одержувачів. Це, своєю чергою, обумовлено гармонізацією норм прийнятого Закону [2] з аналогічною моделлю технічного регулювання ЄС, яка вважається найбільш досконалою у всьому світі.

Відповідно до положень Закону [2] встановлено, що під час розміщення інформації про склад продукту перелік використаних інгредієнтів має зазначатися в послідовності від найбільшого до найменшого за масою на момент їх застосування у виробничому процесі. Визначено також норми щодо зазначення використаних ароматизаторів, зокрема копильних і натуральних. Це має сприяти більш ґрунтовному усвідомленню споживачами переваг і недоліків компонентного складу харчових продуктів.

Вперше законодавчим актом [2] запроваджується європейська практика *маркування алергенів*. Регламентовано необхідність зазначення речовин або продуктів, що спричиняють алергічні реакції або непереносність, зокрема виділення шрифтом, кольором, стилем. Встановлюються також вимоги щодо кількісного вказання використаних інгредієнтів або їхніх категорій, фасованого харчового продукту, особливостей їх вимірювання. Це сприятиме наданню споживачам повноцінної інформації про алергени на відміну від попереднього досвіду, коли передбачалося лише нанесення застережень щодо споживання певними категоріями людей (зокрема алергіками), якщо такий продукт міг негативно впливати на їхнє здоров'я.

Для гарантування належного рівня безпеки харчових продуктів Законом [2] встановлені вимоги щодо зазначення на продуктах мінімальних термінів придатності, дати "вжити до" і дати заморожування харчового продукту. Зокрема, для товарів тривалого зберігання добровільно за вибором відповідальних операторів ринку за допомогою словосполучень "краще спожити до" і "краще спожити до кінця" має вказуватися мінімальний строк, упродовж якого виробник бере на себе зобов'язання про збереження продуктом своїх властивостей. Для товарів жорсткого строку зберігання, що через мікробіологічні властивості є швидкопсувними й після завершення короткого періоду часу можуть бути небезпечними для здоров'я людини, передбачена необхідність зазначення дати "вжити до". Також встановлено, що для харчових виробів, до яких належать продукти, запаковані в середовищі певних газів, з підсолоджувачами, гліциризиною кислотою або амонієвою сіллю гліциризинової кислоти, кофеїном, фітостеролами, ефірами фітостеролів, фітостанолами та ефірами фітостанолів, заморожене м'ясо, заморожені м'ясні напівфабрикати та заморожені неперероблені рибопродукти, потрібно зазначати дату заморожування.

Доцільно також зауважити, що законодавчим документом [2] передбачено необхідність зазначати рекомендовані умови зберігання або умови використання харчового продукту, за умови дотримання яких оператор ринку бере на себе зобов'язання щодо його безпеки. Для запобігання випадкам зловживань та фальсифікації на ринку в Законі [2] зафіксовано обов'язковість інформування споживачів про поживну цінність харчових продуктів, включаючи основні методи її визначення. Законом [2] встановлюються також вимоги до інформації про харчові продукти, що надається в добровільному порядку. Зокрема, це може стосуватися натуральних молочних продуктів.

Варто також констатувати, що відповідно до положень Закону [2] державний контроль за дотриманням вимог до інформації про харчові продукти здійснюється центральним органом виконавчої влади у цій сфері, функції якого закріплено за Державною службою України з безпеки харчових продуктів і захисту споживачів. Передбачено, що за реалізацію харчових продуктів або кормів, маркування яких є неточним і невірогідним, можуть встановлюватися штрафи у розмірі 15 мінімальних заробітних плат для порушників – юридичних осіб і 10 – для фізичних осіб – підприємців, за введення громадян-споживачів в оману щодо харчових виробів, які спричиняють алергічні реакції або непереносність, – 30 мінімальних заробітних плат для юридичних осіб і 20 для фізичних осіб – підприємців.

Законодавством передбачено встановлення перехідного періоду тривалістю не менш як 24 місяці для того, щоб не відкликати вже наявну харчову продукцію з ринку, не перепаковувати й не перемаркувати її, що має сприяти адаптації операторів ринку до нових вимог і недопущенню подорожчання вже виготовленої продукції для споживачів.

Як свідчать результати аналізу наявного практичного досвіду здатності виконання вимог Закону [2] підприємствами харчової галузі, зокрема молочної та м'ясопереробної [10–12], майже 63 % з них уже готові до цього, близько 10–16% знаходяться на стадії підготовки, решта ж підприємств працюють на регіональному та місцевих ринках і мають забезпечити виконання вимог упродовж перехідного періоду. Водночас, як зазначають експерти [10], ситуація значно ускладнюється через те, що майже 30–40 % українського ринку харчових продуктів знаходиться в тіні внаслідок роботи без відповідної реєстрації, й відповідальність за приведення функціонування підприємств у відповідність до вимог законодавства припадає на контролюючі державні органи влади.

Висновки. Прийняття Закону від 06.12.2018 № 2639-VIII "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" має сприяти: підвищенню рівня належного інформування споживачів про харчові продукти, що представлені на вітчизняному ринку, їхні властивості; збільшенню конкурентоспроможності національних виробників на європейському та інших міжнародних ринках завдяки приведенню вітчизняних вимог у відповідність до визнаних, що є чинними в ЄС; підвищенню рівня задоволеності суспільства та громадян діяльністю державних органів.

Перспективою подальших досліджень є вивчення досвіду застосування проаналізованого Закону [2] учасниками ринку харчових продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 06.06.2019 № 2740-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
2. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19>.
3. Koen N. Food and nutrition labelling: the past, present and the way forward. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/16070658.2016.1215876>.
4. McGlynn W. Food Labeling Basics. URL: <https://www.foodqualityandsafety.com/article/food-labeling-basics>.
5. Brady A. Taking food safety to a higher level. URL: <https://www.iso.org/news/ref2299.html>.
6. Surak J. G. The Evolution of HACCP. URL: <https://www.foodqualityandsafety.com/article/the-evolution-of-haccp>.
7. Акуленко Л., Майструк С., Пастовенська Ж. Надання споживачам інформації про харчові продукти: вимоги ЄС та новації для України. URL: http://www.consumer.gov.ua/Pictures/Files/Editor/document/%D0%BD%D0%BE%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_13.06.2018.pdf.
8. Дейнеко Л. В., Шелудько Е. І. Шляхи та перспективи оновлення потенціалу харчової промисловості в Україні. Економіка та управління. 2013. № 3 (20). С. 184–190.
9. Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.10.2010 № 487. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11>.

10. Как Евросоюз влияет на рынок еды в Украине. URL: <https://etcetera.media/eshte-na-zdorove-kak-evropeyskie-pishhevyie-normyi-izmenyayut-ukrainskiy-ryinok.html>.
11. Новий Закон України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" для представників молочної галузі. URL: http://avm-ua.org/uk/post/vprovadgenna_novuh_vumoh_zakonodavstva.
12. Представники асоціації "М'ясної Галузі" на міжнародних ринках. URL: <https://association-mg.com.ua/novyny/podii/201-asotsiatsiya-m-yasnoji-galuzi>.

Стаття надійшла до редакції 25.09.2019.

Pritulska N., Antiushko D., Osyka V. Food products labeling: novelties of Ukrainian legislation.

Background. The need to create a comprehensive and multidimensional legislative base for the implementation of consumer protection, and its harmonization with the legislation of the European Union, which is stipulated by the Association Agreement between Ukraine and the EU, became the main reason for the adoption of the Law of Ukraine "On Consumer Information on Food Products". A clear understanding of the peculiarities of implementing its content and requirements, in particular with respect to the responsibilities of market operators, providing mandatory and voluntary information, implementation of compliance monitoring, responsibility for providing inaccurate and false information, final and transitional provisions, will allow more effectively to ensure their work in the market and to ensure competitiveness and confidence in the performance.

The aim of the work is a detailed analysis and research of the content of the requirements "On Information for Consumers on Food Products" in order to work out the methodological aspects of its implementation, identify key stakeholder benefits and be prepared for market operators to implement.

Materials and methods. As a methodological basis, the content of the Law of Ukraine "On Information for Consumers on Food Products", methods of comparative analysis and synthesis, isolation and generalization, induction and deduction, systematization of methodological aspects of food safety management by proper consumer information were used.

Results. It is established that the updated rules and requirements of the Law of Ukraine "On Information for Consumers on Food Products" fully comply with the provisions of the EU countries legislation in this field, in particular with norms of Regulation (EU) No 1169/2011.

When defining the terminology base the new Law establishes interpretation of 33 concepts, the most important of which are "date to use", "ingredient", "information about food product", "minimum shelf life", "descriptive name", "primary field of vision", "field of vision" and "legibility". The document stipulates that information for final consumers or catering establishments must be provided in the state language, it must be accurate, reliable, understandable and not mislead about product characteristics, contain information about the composition and substances that cause allergic reactions or intolerance. To ensure that the public is properly informed, the Law sets requirements for font size, spacing of letters and lines, font width and color, headsets, width / height ratio, material surface and the contrast between the printed object and the background.

It is found that almost 63 % of domestic food processing enterprises are ready to fulfill the requirements of the Law, about 10–16 % are preparing to do it, while the rest of the enterprises are operating in the regional and local markets and have to meet the requirements during the transition period.

Conclusion. The adoption of Law should help to improve the safety of food products, that are presented in the domestic market, to inform consumers about its properties, to increase the competitiveness of national producers in terms of entering the

European and international markets by bringing domestic requirements in line with recognized one, acting in the EU, to increase the level of satisfaction of society and citizens with the activity of state bodies, increasing the authority of their work.

Keywords: legal framework, consumer information, labeling, responsible food market operators, label, food product information, warranty.

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy "Pro zahyst prav spozhyvachiv", № 2740-VIII [Law of Ukraine "On Consumer Protection", No. 2740-VIII]. (06.06.2019). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrainy "Pro informaciju dlja spozhyvachiv shhodo harchovyh produktiv", № 2639-VIII [Law of Ukraine "On Information for Consumers on Food", No. 2639-VIII]. (06.12.2018). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19> [in Ukrainian].
3. Koen, N. Food and nutrition labelling: the past, present and the way forward. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/16070658.2016.1215876> [in English].
4. McGlynn, W. Food Labeling Basics. Retrieved from <https://www.foodqualityandsafety.com/article/food-labeling-basics> [in English].
5. Brady, A. Taking food safety to a higher level. Retrieved from <https://www.iso.org/news/ref2299.html> [in English].
6. Surak, J. G. The Evolution of HACCP. Retrieved from <https://www.foodqualityandsafety.com/article/the-evolution-of-haccp> [in English].
7. Akulenko, L., Majstruk, S., & Pastovens'ka, Zh. Nadannja spozhyvacham informacii' pro harchovi produkty: vymogy JeS ta novacii' dlja Ukrainy [Providing consumers with food information: EU requirements and innovations for Ukraine]. Retrieved from http://www.consumer.gov.ua/Pictures/Files/Editor/document/%D0%BD%D0%BEBA%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_13.06.2018.pdf [in Ukrainian].
8. Dejneko, L. V., & Shelud'ko, E. I. (2013). Shljahy ta perspektyvy onovlennja potencialu harchovoi' promyslovosti v Ukraini. Ekonomika ta upravlinnja [Ways and prospects of renewal of the potential of the food industry in Ukraine. Economics and Management], 3 (20), 184–190 [in Ukrainian].
9. Nakaz Derzhavnogo komitetu Ukrainy z pytan' tehničnogo reguljuvannja ta spozhyvchoi' polityky "Pro zatverdzhennja Tehničnogo reglamentu shhodo pravyl markuvannja harchovyh produktiv", № 487 [Order of the State Committee of Ukraine for Technical Regulations and Consumer Policy "On approval of the Technical Regulation on the rules for food products labeling", No. 487]. (28.10.2010). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11> [in Ukrainian].
10. Kak Evrosojuz vlyjaet na rynek edy v Ukrainy [How the EU influences the food market in Ukraine]. Retrieved from <https://etcetera.media/eshte-na-zdorove-kak-evropeyskie-pishhevyie-normyi-izmenyayut-ukrainskiy-ryinok.html> [in Russian].
11. Zakon Ukrainy "Pro informaciju dlja spozhyvachiv shhodo harchovyh produktiv" dlja predstavnykiv molochnoi' galuzi [Law of Ukraine "On Information for Consumers on Food products" for representatives of the dairy industry]. (06.12.2018). Retrieved from http://avm-ua.org/uk/post/vprovadgenna_novuh_vumoh_zakonodavstva [in Ukrainian].
12. Predstavnyky asociacii' "M'jasnoi' Galuzi" na mizhnarodnyh rynkah [Representatives of the "Meat Branch" Association in international markets]. Retrieved from <https://association-mg.com.ua/novyny/podii/201-asotsiatsiya-m-yasnoji-galuzi> [in Ukrainian].