



К Вопросу Безопасности Пищевых Продуктов

1. Мухамадиева З. Б.

2. Мухамадиева Н. Б.

Received 29th Oct 2021,
Accepted 28th Nov 2021,
Online 23rd Dec 2021

¹ Бухарский Инженерно-технологический институт, Узбекистан

² Бухарский государственный медицинский институт, Узбекистан

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы о защите здоровья человека, пищевой безопасности, роль потребителей и производителей в развитии данного направления. Имеется в виду ориентация производства пищевых продуктов на потребности покупателей, с тем чтобы максимально удовлетворить их растущий спрос на качественные и безопасные пищевые продукты. При этом основное внимание акцентируется на значении обмена информацией, коммуникации в промышленном масштабе.

Ключевые слова: качество, безопасность, коммуникация, информация, маркировка, пищевые продукты, потребители .

Ежегодно регистрируется порядка 600 миллионов случаев заболеваний пищевого происхождения. Это говорит о том, что небезопасные продукты питания представляют угрозу для здоровья человека и экономики во всем мире, поэтому обеспечение безопасности пищевых продуктов является приоритетом общественного здравоохранения и важным шагом на пути достижения продовольственной безопасности. Действенные системы обеспечения безопасности и контроля качества пищевых продуктов имеют огромное значение не только для охраны здоровья и благополучия людей, но и для содействия экономическому развитию и улучшению условий жизни (FAO org.).

Список потенциальных угроз безопасности пищевых продуктов весьма обширен и разнообразен. Бактерии, подобные сальмонелле и кишечной палочке *E. coli*, микотоксины, тяжелые металлы, остатки пестицидов и ветеринарных препаратов и даже пищевые добавки – все они могут вызвать недомогание или даже привести к летальному исходу, если их количество превышает допустимые уровни (FAO org.).

В настоящее время программы обеспечения качества разрабатываются с особым упором на использование методов анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР), подхода, который был разработан пищевой промышленностью и добровольно принят в широком масштабе в течение последних 20 лет. Этот подход состоит из нескольких элементов:

- проведение анализа рисков для выявления опасностей и необходимых средств контроля;
- определение критических контрольных точек;
- установление критических пределов для каждой контрольной точки;

- установление процедур мониторинга;
- установление процедур корректирующих действий;
- установление процедур проверки для обеспечения принятия корректирующих мер;

установление надлежащих процедур документирования для обеспечения определения системы контроля и ведения записей, позволяющих проводить аудит и проверку надлежащего применения системы [1]. Обучение является важным элементом НАССР и всей операционной деятельности, связанной с производством безопасных и высококачественных продуктов питания. Все, кто занят в производстве продуктов питания, должны быть тщательно обучены своим обязанностям для достижения этого результата. Действительно, производители проводят обширную подготовку сотрудников, поскольку ни одна программа НАССР не могла бы функционировать без этого. Аналогичным образом, контроль поставщиков и дистрибьюторов имеет важное значение для производства и сбыта безопасных высококачественных продуктов питания. Производители должны убедиться, что поставщики их ингредиентов соответствуют строгим техническим требованиям. Это делается на основе договорных соглашений с проверкой с помощью надежной системы тестирования и, во многих случаях, инспекций поставщиков на местах. Целью всех систем обеспечения качества, используемых производителями и переработчиками пищевых продуктов, является производство безопасных продуктов, соответствующих спецификациям производителя, включая требования, установленные правительствами. Следствием этого является предотвращение попадания на рынок небезопасных или некачественных продуктов. В случае сбоя системы должны быть предусмотрены процедуры для как можно более быстрого удаления продуктов с рынка, чтобы здоровье потребителей и репутация затронутых брендов были защищены в максимально возможной степени [2].

Особенно важным видом деятельности промышленности является коммуникация с потребителями ее продукции. Важными и широко используемыми методами интегрированной коммуникации являются реклама, маркетинг и продвижение товаров, в которых средства массовой информации и специализированные средства массовой информации используются для привлечения внимания потребителей и информирования их о наличии товаров, их использовании и преимуществах. Другим важным средством коммуникации является маркировка продукта, т.е. информация, которая появляется на упаковке продукта или которая сопровождает его в месте покупки. Маркировка позволяет потребителям принимать обоснованные решения, и предназначена для внимательного чтения и понимания. Он идентифицирует производителя и содержит инструкции по безопасному и эффективному использованию продукта, а также предоставляет информацию о содержимом, ингредиентах, особенностях охраны здоровья и безопасности, подготовке и хранении. [4]. Маркировка и реклама, которые предоставляют информацию о пользе пищевых продуктов для здоровья, являются важными и эффективными средствами информирования потребителей о диете. Информация о здоровье в маркировке и рекламе зерновых достигла двух важных результатов: она добавила на рынок значительное количество информации и изменила привычки людей в еде; и она достигла групп населения, которые не были хорошо охвачены государственными и общими источниками информации. Хотя реклама и маркировка воспринимаются как односторонняя коммуникация с потребителями, на самом деле они обеспечивают основу для получения информированных ответов потребителей производителям о продуктах. Потребители часто проявляют инициативу в общении с производителями и задают вопросы о продуктах в результате информации, которую они увидели в рекламе или маркировке, или из-за их опыта использования товара. Производители также напрямую запрашивают реакцию потребителей в рекламе. [3]. В мире многие производители поощряют общение, предоставляя бесплатные

телефонные номера на этикетках продуктов и в рекламе, чтобы клиенты могли бесплатно звонить в компанию. Действительно, общение потребителей с производителями является настолько частым и важным, что у большинства производителей есть отделы по работе с потребителями, возглавляемые должностным лицом компании, для обеспечения надлежащего внимания к этой функции. Этот подход используется в основном в развитых странах. Он преследует две цели: во-первых, обеспечить активную информационно-пропагандистскую программу для поиска потребителей и предоставления им информации о компании и ее продуктах; во-вторых, и это самое важное, получать информацию и идеи от потребителей. Контакты с потребителями должны тщательно анализироваться и оцениваться, поскольку они являются важным источником информации о проблемах и интересах потребителей и дают полезную информацию о продуктах. В результате такого общения с потребителями производители будут модифицировать продукцию, предоставлять новую информацию или иным образом реагировать на интересы потребителей. [5]. Производители проводят другие информационно-пропагандистские программы для потребителей в дополнение к тем, которые специально предназначены для проверки приемлемости нового продукта и для информирования потребителей об использовании продукта. Каждый год отдельные компании и отраслевые ассоциации должны добровольно предпринимать множество инициатив, направленных на предоставление общественности полезной информации о безопасности пищевых продуктов и питания. Эти инициативы являются ценной государственной услугой; они несут эффективные послания потребителям, педагогам, работникам здравоохранения и другим лицам и, таким образом, поддерживают и дополняют усилия национальных правительств по выполнению своих обязанностей в области общественного образования. Распространение брошюр и другой рекламной литературы, кампании в средствах массовой информации и взаимодействие с должностными лицами местных органов власти и школами являются одними из методов, используемых для информирования потребителей о безопасности пищевых продуктов и питания. Эти мероприятия нужно проводить совместно с правительствами, профессиональными группами и организациями потребителей. Кроме того, информирование потребителей о правильном обращении с пищевыми продуктами должно быть приоритетной задачей как для правительства, так и для промышленности.

В сегодняшнем времени на национальном и международном уровнях обсуждается ряд вопросов контроля над качеством продуктов питания, касающихся, например, патогенных микроорганизмов, аллергенов, генетически модифицированных пищевых продуктов, загрязняющих веществ (включая пестициды), облучения и маркировки пищевых продуктов. Это важные и сложные вопросы, требующие внимания. Проблемы контроля находятся на различных стадиях решения, и потребуются значительные усилия для их решения научным, практическим и единообразным образом. Промышленность признает, что потребители играют активную, важную роль в процессе контроля над качеством продуктов питания, участвуя в процессе установления стандартов и обсуждая научные и технические вопросы. Пищевая промышленность играет важную роль в решении этих проблем контроля над качеством продуктов питания из-за своей личной заинтересованности в безопасности и маркетинге пищевых продуктов. Кроме того, благодаря своим обширным научно-техническим ресурсам и опыту в решении этих проблем пищевая промышленность может внести важный вклад в их понимание и решение. [6]. Наконец, по тем же причинам коммуникационные возможности пищевой промышленности могут способствовать пониманию общественностью сложного характера многих возникающих проблем. Заключение. Таким образом, контроля над качеством продуктов питания включает в себя множество сложных вопросов. Некоторые из них являются высокотехническими, в то время как другие частично технологичны и частично политичны. Общая цель должна состоять в том, чтобы решить эти вопросы так, чтобы учитывать

потребности правительства, потребителей и промышленности. Для правительства существует необходимость в применимых стандартах, которые были бы убедительными как для потребителей, так и для производителей. Для потребителей системы контроля над качеством продуктов продуктами питания должны обеспечивать эффективную защиту от реальных и важных опасностей. Наконец, промышленность нуждается в стандартах, обеспечивающих гибкость и эффективность в производстве и сбыте продуктов питания, которые будут обслуживать их потребителей - потребителей во всем мире.

ЛИТЕРАТУРА :

1. Б.Т.Мухамадиев, З.Б.Мухамадиева // Внедрение системы *НАССР* в цепь агропроизводства Узбекистана. Монография, 2020, Бухара
2. Luning P.A., Devlieghere F. Safety in the agri-food chain Wageningen Academic Publishers The Netherlands, 2006
3. З.Б.Мухамадиева // Качество, безопасность и прослеживаемость в цепи снабжения пищевых продуктов. Universum, 2020, №3 (69)
4. Trienekens J.H., Vander Vorst G.A.J. // Reports of Wageningen University Press, Netherlands, 2008
5. З.Б.Мухамадиева, Н.Б.Мухамадиева // Здоровье населения: нормативы качества и безопасности пищевых продуктов. Central Asian Journal of Medical And Natural Sciences, 2021.
6. Sharipov M., Mukhamadiyeva Z. // Communication in the system of agrarian industry. *IJARSET*. 2020. ISSN:2350-0328 12709-14.