



В помощь экспортеру:

УПАКОВКА ДЛЯ ЖИЗНИ И ЭКСПОРТА

В помощь экспортеру:

УПАКОВКА ДЛЯ ЖИЗНИ И ЭКСПОРТА



Комитет торговли
Министерства индустрии и
торговли Республики Казахстан



АО «Корпорация по
развитию и продвижению
экспорта «KAZNEX»

СОДЕРЖАНИЕ

Какая разница: на экспорт или внутренний рынок?.....3

Как упаковка влияет на продажи?.....3

Какие инструменты формирования необходимого «успешного образа» упаковки находятся в распоряжении создателей упаковки?
Функции потребительской упаковки

Какие требования к упаковке предъявляют зарубежные страны?.....7

Маркирование экспортной упаковки
Знаки на индивидуальной упаковке
Европейские знаки опасности
Знаки для транспортировки упаковки (манипуляционные знаки)
Транснациональные знаки
Знаки соответствия стандартам качества
Экологические требования и требования безопасности
Экологические пиктограммы и знаки переработки
Требования к транспортировке
Национальные требования к упаковке

Где можно получить больше информации?.....26

Организации, работающие в сфере упаковки
Зарубежные, международные и национальные организации, работающие в сфере упаковки
Законопроекты и стандарты потребительской упаковки
Крупнейшие мировые производители упаковки
Крупнейшие казахстанские производители упаковки
Часто используемые термины и определения

Что делает Корпорация «KAZNEX» для поддержки экспортеров?.....34

Кому помогает Корпорация «KAZNEX»?
Услуги и продукты



КАКАЯ РАЗНИЦА: НА ЭКСПОРТ ИЛИ ВНУТРЕННИЙ РЫНОК?

Упаковочная индустрия за рубежом развивается долгие годы. Можно сказать, что за границей, особенно в Европейских странах сложилась определенная «традиция» упаковки. Иностранный потребитель более требователен, разбалован изобилием товаров и их «образов». Уже давно импортная упаковка является «продавцом» товара.

Поскольку Казахстан находится только в начале пути развития упаковочной индустрии, то отечественный потребитель только начинает «оценивать» товар глазами и смотреть не только на содержимое, но и на внешние характеристики. Потребители упаковки на постсоветском пространстве менее «избалованы» дизайном и прочими тонкостями оформления. Только сейчас казахстанский потребитель становится более требовательным и обращает внимание на то, как оформлен товар.

Конечно, один и тот же товар может продаваться как на внутреннем рынке, так и экспортироваться. Однако не всегда упаковка, подходящая для реализации на внутреннем рынке, подходит для экспорта на зарубежные рынки. Это происходит в виду вышеуказанных причин. Экспортируемая упаковка должна соответствовать требованиям той страны, куда ввозится товар, а также иметь привлекательный внешний вид для успешной конкуренции с импортной продукцией.

В последние годы выполнение обязательных требований относительно вида и характера тары и упаковки экспортируемой продукции, ее качества, размеров, способов оплаты или возврата, а также указаний по нанесению на упаковку соответствующей маркировки становится важным условием успешного продвижения товара на внешние рынки.

КАК УПАКОВКА ВЛИЯЕТ НА ПРОДАЖИ?

Как упаковка в целом, так и потребительская упаковка характеризуется большим многообразием классов, видов, типов. В целом, упаковку можно разделить по многим признакам. Чаще всего ее делят по назначению.

№	Упаковка	Назначение
1	Потребительская	Предназначена для товаров массового потребления; она является частью товара, входит в его стоимость, а после реализации товара переходит в полную собственность покупателя.
2	Производственная	Предназначена для выполнения внутривозовских (внутри- и межцеховых), а также межзаводских перевозок, хранения изделий, полуфабрикатов, материалов и сырья.
3	Транспортная	Предназначена для перевозки, складирования и хранения продукции, она образует самостоятельную транспортную единицу.
4	Специальная	Предназначена для защиты от внешних воздействий, влияний климатических факторов при транспортировке и хранении различных изделий. Как правило, специальной упаковке подвергаются крупногабаритные установки, машины, механизмы и приборы.

Потребительская упаковка, как правило, не предназначена для самостоятельной транспортировки и перевозится в транспортной таре.

Потребительская упаковка бывает:

- разовая - для однократного применения;
- возвратная - для повторного использования (например, некоторые виды стеклянной тары);
- индивидуальная - предназначена для упаковывания единицы продукции;
- жесткая - хорошо предохраняет от деформации, разрушений и потерь, то есть обеспечивает сохранность;
- мягкая - позволяет надежно защитить продукцию от внешних воздействий, полностью автоматизировать процесс упаковывания. Обычно предназначена для разового использования.
- полужесткая - хорошо предохраняет от деформации, разрушений и потерь, то есть обеспечивает сохранность;
- групповая - предназначена для упаковывания нескольких единиц продукции.



Сегодня одно из ведущих мест в борьбе за покупателя отводится упаковке. Наряду с ценой и названием, «правильная» упаковка играет огромную роль и значительно облегчает продажу товара:

- облегчает узнавание товара;
- помогает позиционировать товар;
- формирует и подкрепляет отличительные черты товара;
- является неотъемлемым элементом торговой марки.

Таким образом, наличие у товара «правильной» упаковки напрямую влияет на продажи.



Например, представьте, что Вы пришли в магазин и хотите купить сок. На прилавке находятся марки, вкус которых Вам неизвестен. Как Вы будете принимать решение о выборе? Конечно, ориентируясь на цену и то, как данный продукт «выглядит». Мятая, неказистая упаковка, с кривым логотипом, нечетким написанием вряд ли вызовет желание купить товар. В то время как правильно подобранное цветовое решение, гармония образа, удобность и функциональность упаковки «склонит» потребителя в сторону Вашего товара.

Какие инструменты формирования необходимого «успешного образа» упаковки находятся в распоряжении создателей упаковки?

Прежде всего, это **информационное наполнение**, которое сообщает потребителю о происхождении продукта, функциях продукта, составе изделия, физических свойствах продукта, эксплуатационных и потребительских свойствах продукта.

Не меньшую роль играет реализованный в упаковке **визуальный образ товара**, представляющий собой определенное сочетание цветов, шрифта, геометрических форм и других элементов изобразительного ряда. Так же, как одежда, прическа и выражение лица незнакомого человека могут многое

сказать о его характере, образе жизни и социальном положении, упаковка товара создает у потребителя первое и самое сильное впечатление о самом товаре и его производителе.

В идеале форма, материал и дизайн упаковки должны не только гармонично сочетаться между собой, но и соответствовать идее (концепции) товара, его стоимости, передавать его сущность и ценности, которые он несет своему потребителю. При этом дизайнерское решение упаковки должно быть достаточно оригинальным, чтобы выделить упаковку из ряда других аналогичных продуктов и четко идентифицировать его.

Помимо этого, чтобы продукция успешно продавалась, упаковка должна **соответствовать** всем необходимым **требованиям** и нормам страны, куда ввозится продукция.

Функции потребительской упаковки

Основными функциями потребительской упаковки являются защитная, маркетинговая и информационная.

№	Функции	Описание
1	Защитная	Заключается в предохранении товара от разрушения, деформаций, разливания, высыпания, усушки и других видов потерь.
2	Маркетинговая	Заключается в стимулировании сбыта товара.
3	Информационная	Заключается в предоставлении информации о свойствах товара.

Броская, привлекательная упаковка, способная остановить на себе взгляд покупателя при первом же контакте на месте продажи, будет являться дополнительным каналом рекламы. Причем лучшей рекламой Вашего товара. По статистике, около 80% решений о покупке принимается непосредственно в торговой точке, домохозяйка затрачивает в среднем 20 секунд на осмотр одной витрины. Следовательно, хорошая упаковка должна остановить ее взгляд. Главной задачей создателей упаковки при этом является достижение



такой степени ее привлекательности, чтобы потребитель захотел взять ее в руки и рассмотреть. В этом случае совершение первой покупки почти гарантировано.

КАКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УПАКОВКЕ ПРЕДЪЯВЛЯЮТ ЗАРУБЕЖНЫЕ СТРАНЫ?

Для того чтобы успешно экспортировать продукцию, необходимо знать, какие требования предъявляются к упаковке продукции. В обязательном порядке следует соблюдать требования к маркировке. При экспорте в страны Европы обязательно должны быть соблюдены все экологические требования и требования к безопасности, так как последнее время этим вопросам мировое сообщество уделяет огромное влияние.

Ну и для сохранений качеств продукта важно знать требования к транспортировке.

Маркирование экспортной упаковки

Помимо конкурентного внешнего вида, зависящего от компании-производителя продукции, в экспортной упаковке важную роль играет также маркировка.

Маркировка (marking). Это необходимые надписи, изображения и условные обозначения, помещаемые на упаковке, бирках или самом отгружаемом товаре. В маркировочных надписях должно содержаться указание страны происхождения. Страна договора - экспортер - должна предъявлять сертификат происхождения товара. Это особый момент, выдаваемый уполномоченными на то органами в стране экспортера (торговыми палатами, ассоциациями предпринимателей и т.п.).

В связи с ужесточением требований к маркировке ЕС принят ряд директив, касающихся **рекламы, этикетирования и маркировки**. Они предусматривают постепенную замену национальных правил и норм в данной области едиными, используемыми в масштабе ЕС. Так, в 1992 г. вступили в силу общие **правила этикетирования** продуктов питания, предназначенных как для реализации в розничной торговле, так и другим потребителям (например, санитарным и



лечебным учреждениям, ресторанам, отелям и туристическим базам).

Согласно этим требованиям, этикетка должна содержать определенные обязательные сведения о продукте по унифицированной форме:

- наименование товара;
- перечень ингредиентов;
- вес нетто;
- максимальный срок годности продукта;
- название фирмы-изготовителя или поставщика;
- указание химического состава и калорийности (энергетической ценности) пищевых продуктов;
- информация о товарах на этикетках и ярлыках должна быть на официальном языке той страны, куда экспортируется продукт (в Китай - на китайском, в Испанию - на испанском и т.д.);
- район производства, если это важно с потребительской точки зрения (например, для производителей виноградных вин);
- обязательным является также указание номера (шифра) партии конкретного товара, что позволяет в случае необходимости изъять ее с рынка без ущерба торговли другим товарам, а также указание его цены, чтобы потребитель мог легко сравнивать цену конкретного товара с ценами конкурирующих товаров.

Для указания общей информации о продукте, условиях его перевозки и хранения используются определенные знаки (пиктограммы) для индивидуальной упаковки.

Знаки на индивидуальной упаковке

Нетоксичный материал



Обозначение того, что изделие изготовлено из материала (обычно пластик или картон), который нетоксичен и может соприкасаться с пищевыми продуктами. Применяется на пластиковой, в т.ч. одноразовой посуде, кухонной технике, иногда на упаковке продуктов питания.





Срок годности

Согласно правилам Евросоюза, косметические продукты со сроком «жизни на полке» (shelf life) более 30 месяцев не обязаны нести на себе указание срока годности в виде конкретной даты. Вместо этого предполагается указание использования периода, в течение которого товар может быть использован без вреда для потребителя. Согласно директиве Евросоюза графический символ, изображающий открытую банку, должен использоваться для обозначения данного периода.

Вес нетто

е Означает «нетто» (т.е. вес без упаковки) и соответствует во всем мире знакомой с детства надписи «вес нетто». Данный знак не используется для упаковок, содержащих менее 5 грамм содержимого, например пакетики чая. Если же рядом стоит еще и цифра, обведенная в прямоугольную рамку, то это «вес брутто», т.е. вес с упаковкой (чаще всего встречается на аэрозольной упаковке).

Маркировка груза (cargo marking)

Маркировка внешнеторгового груза среди прочего содержит, как правило, информацию о стране происхождения. Маркировка, известная также как «погрузочная разметка», выполняет три основные задачи:

- идентифицирует груз для перевозчиков и других лиц, вовлеченных в транспортировку и имеющих с ними дело по времени перевозки или транзита;
- указывает грузополучателю на соответствующие порядок и деятельность для обеспечения правильной доставки груза. Маркировка должна наноситься несмываемой водостойкой краской и позволять отличить груз одного получателя от остальных грузов;
- предупреждает об опасностях, которые может нести с собой перевозимый груз в случае ненадлежащего с ним обращения.



Европейские знаки опасности

	Harmful (Вредно для здоровья)
	Highly flammable (Легковоспламеняемо)
	Explosive (Взрывоопасно)
	Toxic (Токсично)
	Dangerous for the environment (Опасно для окружающей среды)
	Corrosive (Едкое вещество)
	Oxidizing agent (Сильный окислитель)

Данные знаки можно использовать для нанесения на упаковку, в случае, если Вы экспортируете товары в Европу. Знак наносится в зависимости от продукции, которая идет на экспорт.

Маркировка дает потребителю необходимую минимальную информацию о товаре, способе его хранения и применения.

Маркировка должна включать общие сведения о грузе:

- наименование производителя, страны происхождения;
- наименование отправителя груза;
- наименование получателя;
- пункт назначения;
- пункт отправления.

Общие сведения о грузе:

- номер договора;
- номер места;



- возможная идентификация;
- инструкция по погрузке и выгрузке (например, «Не кантовать!», «Верх!», «Низ!», «Стекло!» и т.п.).

Знаки для транспортировки упаковки (манипуляционные знаки)



Например, при экспорте телевизоров на транспортной упаковке необходимо нанести пиктограммы «Осторожно - хрупкое!», «Беречь от влаги!» и «Верх!».

Транснациональные знаки

Европейский комитет по стандартизации (**СЕМ**) разработал сразу две системы сертификации продукции, согласно которым продукция, соответствующая евростандартам CEN и директивам ЕС, маркируется знаками «**CEN**» и «**CE**».

Пользуется международным признанием и транснациональный **знак соответствия** европейского Комитета по стандартизации в электротехнике (**СЕСС**), которым маркируются различные электронные компоненты продукции. Этот знак размещается на продукции вместе со знаками национальных систем стандартизации скандинавских стран, принявших данную систему стандартизации (Норвегии, Швеции, Финляндии).

Знаки соответствия стандартам качества

	Знак ГОСТ Р («Ростест»)		Знак Технический Регламент
	Знак Гост ХАССП		Знак соответствия Украины
	Знак CE mark		Сертифицированная система менеджмента DNV

Транснациональные знаки соответствия стандартам применяются в ряде стран с целью взаимного признания результатов сертификационных испытаний и контроля на базе гармонизированных стандартов. Европейский комитет по стандартизации (СЕМ), в который входят страны Европейского экономического сообщества и Европейская ассоциация свободной торговли, а также Испания, разработал две системы сертификации продукции. Согласно одной из них (система маркировки CENGER) для удостоверения соответствия продукции евростандартам CEN присваивается знак «СЕН».

Для указания соответствия директивам ЕС и соответствующим им евростандартам установлен единый знак соответствия «СЕ». Этот знак не исключает возможности использования национальных знаков соответствия национальным или евростандартам, но является единственным свидетельствующим о соответствии директивам ЕС.

Иногда требуется дополнительная информация, например, вес брутто, вес нетто, а также предупреждающие знаки, предусмотренные специальными правилами в соответствии со свойствами данного груза. При отгрузке товара несколькими партиями маркировку следует унифицировать, предусмотрев изменения для порядковых и фактических номеров ящиков.

ИНТЕРЕСНО!

● В Канаде, например, информация о товарах на этикетках и ярлыках должна быть на двух официальных языках этой страны - английском и



французском. В Норвегии допустимыми языками являются норвежский, шведский, датский и английский. В Швейцарии в соответствии с национальным составом населения многие товары, реализуемые в стране, маркируются на трех языках: немецком, французском и итальянском.

- В соответствии с японским «Законом об электротехнических товарах бытового назначения и контроле материалов для их производства» зарубежный поставщик данной продукции обязан нанести на изделие специальную маркировку, подтверждающую его безопасность.

- В Японии существует ряд необязательных знаков, нанесение которых повышает конкурентоспособность экспортного товара. Например, пиктограмма SG, удостоверяющая обязательство изготовителя или импортера выплачивать финансовую компенсацию, если продукция нанесет пользователю какой-либо вред; знаки JAS (JIS), свидетельствующие о том, что промышленные товары соответствуют требованиям японских стандартов; знак VCCI - свидетельство об исключении воздействия на пользователя электромагнитного излучения от персональных компьютеров и телевизоров.

ВАЖНО!

- Этикетка и реклама продуктов не должна выдавать обычные свойства товара за какие-то особые качества, выделяющие его из общей массы подобных продуктов и не вводить тем самым потребителя в заблуждение.
- Упаковка и маркировка экспортируемого продовольствия должны соответствовать культурным, историческим и социальным традициям импортирующих стран.

Товары, не отвечающие указанным требованиям, запрещаются к продаже на территории ЕС.

По маркировке и упаковке существуют международные соглашения:

- **ATR** - Международное соглашение о транспортировке опасных грузов;
- **IMDG** - Международный морской код для опасных грузов;



- **IATA** - Международное соглашение по маркировке опасных грузов, перевозимых воздушным путем.

Структура кода EAN



Код товара

1 - Код страны	1 цифра - наименование товара
2 - Код изготовителя	2 цифра - потребительские свойства
3 - Код товара	3 цифра - размеры, масса
4 - Контрольная цифра	4 цифра - ингредиенты
5 - Знак товара, изготовленного по лицензии	5 цифра - цвет

Пример вычисления контрольной цифры

1. Сложить цифры, стоящие на четных местах:
 $0+0+7+2+1+0=10$.
2. Полученную сумму умножить на 3: $10 \times 3=30$.
3. Сложить цифры, стоящие на нечетных местах, кроме контрольной цифры: $3+0+3+6+1+2=15$.
4. Сложить полученные в пунктах 2 и 3 цифры: $30+15=45$.
5. Отбросить десятки: $45 - \text{получаем } 5$.
6. Из числа 10 вычесть полученную в пункте 5 цифру: $10-5=5$.

Полученная цифра должна совпадать с контрольной цифрой штрихкода, что говорит о подлинности товара.

Экологические требования и требования безопасности

Последнее время международное сообщество уделяет огромное внимание экологическим проблемам. Поэтому повысились требования к безопасности и экологической чистоте упаковочных материалов и



упаковки импортируемых промышленных и продовольственных товаров.

При заключении контракта купли-продажи товаров, сторонами обычно вносятся специальные положения, содержащие требования относительно тары и упаковки экспортной продукции. Единые стандарты на конкретные виды упаковки с учетом этих обязательных требований разрабатываются **Европейской организацией по стандартизации (СЕН)**.

Норма	Год принятия	Название
ISO 14020:1998	1998	Экологические ярлыки и декларации: Основные принципы
ISO\DIS 14021	1999	Экологические ярлыки и декларации: Требования
ISO\FDIS 14024	1998	Экологические ярлыки и декларации: Принципы и процедуры

DIS: Draft International Standard (Предварительный международный стандарт)
FDIS: Final Draft International Standard
TR: Technical Report (Технический Регламент)

В частности, установлены следующие **обязательные экологические нормы** для упаковки товаров, в том числе продовольственных:

- объем и вес упаковки должны быть минимально необходимыми для обеспечения сохранности товара и безопасности потребителя;
- в состав упаковочного материала могут входить лишь минимальные количества вредных веществ (в частности, устанавливаются предельно допустимые нормы свинца, кадмия, ртути, хрома);
- по своим физическим свойствам и дизайну



упаковка должна быть пригодной для многократного использования, а после окончания срока службы - для извлечения из нее ценного сырья или компонентов.

Особенно жесткими являются требования к упаковке пищевых продуктов, которые должны выдерживать национальные, региональные, международные стандарты.

Экологические пиктограммы и знаки переработки

Данные значки ставятся на упаковку в зависимости от страны, куда импортируется товар и от продукции, которая идет на экспорт. Например, пиктограмма «Скандинавский лебедь» используется при экспорте в скандинавские страны для продукции, соответствующей экологическим нормативам этих стран.

Знак вторичной переработки



Теоретически, этот знак должен указывать на то, что данный продукт (или упаковка) изготовлен из переработанного материала (Recycled) и/или пригоден для последующей переработки (Recyclable). Однако использование данного знака не контролируется никакой организацией. Следовательно, ставит его на свои продукты кто угодно.

Перерабатываемый пластик



Этот знак ставится на пластиковых изделиях, которые могут быть переработаны промышленным способом.

Цифра, ставящаяся внутри треугольника, указывает на тип пластмассы для упрощения сортировки и переработки. Также под знаком может присутствовать буквенный код пластика.



Полиэтилентерфталат



Полиэтилен высокой плотности



ПВХ, Поливинилхлорид





Полиэтилен низкой плотности



Полипропилен



Полистирол



Другие виды пластика

Der Grüne Punkt



Название данного знака переводится с немецкого как «Зеленая точка». Знак ставится на свою продукцию компаниями, которые оказывают финансовую помощь германской программе переработки отходов «Eco Emballage» (Экологическая Упаковка) и включены в ее систему утилизации. Т.е. за пределами Германии знак никакого положительного смысла не несет.

«Экологический Выбор» (Швеция) Good Environmental Choice



Эко-лейбл, лицензия на использование которого выдается Шведским Обществом Защиты Природы (Swedish Society for Nature Conservation) тем товарам и производителям, которые удовлетворяют требованиям экологических стандартов. Это может означать не загрязнение окружающей среды в процессе производства или утилизации, не содержание вредных веществ и т.д. Набор требований зависит от группы товаров. Применяется с 1992 года.

KRAV

Шведский экологический символ, встречающийся на пищевых продуктах. Выдается Шведским Обществом Контроля Сельхозпродукции (Kontroll Föreningen för ekologisk odling). Обозначает товары, выращенные без применения химических удобрений и пестицидов. В случае с продуктами живот-



ного происхождения применяются другие критерии. Иногда встречается на продуктах, произведенных за пределами Швеции (кофе, чай, фруктах).

«Скандинавский Лебедь»



Соответствие скандинавским экологическим нормативам.

Переработанная бумага



Содержи свою страну в чистоте!



Этот знак встречается с разными подписями, типа «Keep your country tidy» («Содержи свою страну в чистоте!») или, например, просто «Gracias» («Спасибо»).

Wheelie Bin



Значок wheelie bin указывает на то, что продукцию нельзя выбрасывать с домашним мусором.

Яд



ИНТЕРЕСНО!

● Экологические и санитарно-гигиенические нормы к упаковке в последние годы ужесточаются и в других странах. Так, руководствуясь Монреальским протоколом о защите озонового слоя, Швейцария запретила производство, а также импорт поливинилхлоридных бутылок и упаковок.



- В связи со строгими карантинными требованиями некоторые виды упаковки - деревянные контейнеры, деревянные и фанерные ящики и корзины - могут быть использованы при поставке продовольствия в Австралию и Новую Зеландию только при условии, что они определенным способом обработаны и освобождены от видимых признаков поражения насекомыми.

- Оптимальной считается расфасовка и упаковка для твердых продуктов - по 100 г, для жидких - по 250 мл.

ВАЖНО!

Несоответствие упаковки, защиты и маркировки по условиям договора может быть самостоятельным видом нарушения контрактных обязательств, вызывающих ущерб. Вследствие этого упаковка, защита и маркировка, с точки зрения рекламационного права, чаще всего являются в договоре отдельными обязательствами, по которым могут предусматриваться специальные санкции.

Требования к транспортировке

Вид упаковки товара определяется в контракте базисными условиями поставок. Это очень важный пункт договора. Если в договоре международной купли-продажи товаров не согласовано иное, в обязанности продавца входит надлежащая упаковка товара, обеспечивающая сохранное обращение с ним во время транзита и в месте назначения.

Если в договоре нет особых указаний относительно упаковки, продавец должен:

- Отгрузить товар в упаковке, применяемой для экспортных товаров в стране продавца, которая обеспечила бы сохранность груза при перевозке с учетом возможных перегрузок, при надлежащем и обычном обращении с грузом. В соответствующих случаях должны учитываться также продолжительность способа транспортировки.
- Упаковка мест при перевозке должна быть сухой, чистой и без повреждений, и



исключать возможность доступа к грузу. В качестве упаковки могут быть использованы картонные коробки, заклеенные скотчем и/или укрепленные лентой, деревянные ящики, мешки, сумки. Упаковка не должна иметь заостренных углов или выступов.

- Внутритарные вложения должны быть уложены плотно и не содержать пустот.
- Груз должен быть упакован с учетом его особых свойств таким образом, чтобы при обычных мерах обращения (перевозки, разгрузки и т.д.) обеспечивалась его сохранность, а также исключалась возможность повреждения другого груза.
- Маркировка наносится маркером или с помощью самоклеющихся этикеток, и должна содержать информацию о грузополучателе (наименование предприятия/имя для частного лица, адрес, тел./факс). При наличии специальных требований к перевозке и хранению груза необходимы соответствующие предупредительные знаки международного образца («Хрупкое!», «Не кантовать!» и др.).

Изделия из стекла принимаются плотно упакованными в деревянные ящики.

Запрещается переупаковка опасных грузов в коробки (тару) без маркировки опасного груза.

Запрещается упаковка в одну коробку (тару) опасных грузов вместе с какими-либо другими грузами.

- Для транспортировки используются деревянные поддоны - паллеты. В Европе обычно используется европоддон (европаллеты) с клеймом EUR, который имеет размеры 800x1200x120 мм. Он используется, главным образом, для розничной торговли, его размер соответствует внутренним размерам грузовиков, осуществляющих поставки со складов розничным торговым учреждениям.
- Поддон - транспортная структура, сделанная из дерева или пластмассы, предназначена

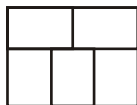


для перемещения товаров удобным способом, будучи снятым любым передвижным грузоподъемным устройством.

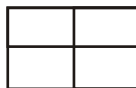
- Товары, помещенные на поддон, могут быть притянуты к нему ремнями (крепёжными лентами) или обернуты термоусадочными или стрейч-пленками для сохранения их при транспортировке.
- Товар, уложенный на поддоне, называется паллетой.
- Самый общий поддон по стандартам ISO имеет размеры 1200x1000x120 мм. Ненагруженный поддон весит 15-21 килограмм.
- Большинство поддонов могут легко нести груз более 1000 кг.
- Многие компании в розничной торговле, использующие стандартные поддоны для загрузки и разгрузки, а также для внутреннего оборота, получают от этого выгоду, исходя из модульной природы поддонов, чем компании, не использующие стандартизированные поддоны.
- Исключением являются те учреждения, которые продают небольшие количества дорогостоящих товаров, например ювелирных магазинов или автомобилей.
- Одним из весомых преимуществ поддонов является число способов, которыми они могут быть перемещены. Они могут транспортироваться грузоподъемниками либо гидropодъемными тележками и перемещены вручную.

Основной базовой единицей является базовый модуль 600x400 мм, который может подразделяться на различные подмодули.

Для автомобильной транспортировки обычно используются паллеты размером 1200x800 мм, на которые помещается 4 базовых модуля.



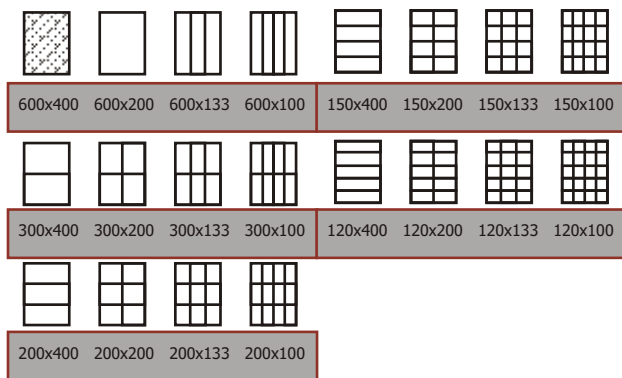
1200x1000



1200x800



600x800



Национальные требования к упаковке

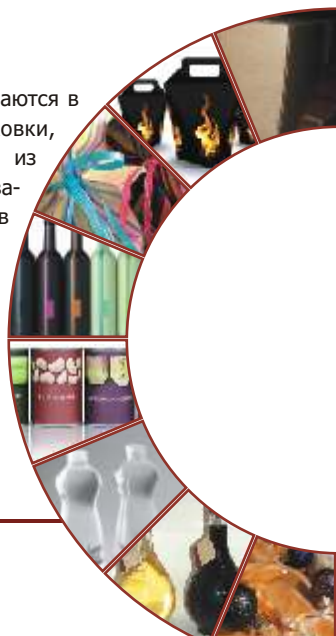
Непосредственно потребительская упаковка может подразделяться по кратности использования, материалу изготовления, жесткости.

Конструкция, размер, выбор материала, условия транспортирования и хранения потребительской упаковки зависят от свойств и конфигурации упаковываемой продукции. Обычно потребительская упаковка имеет ограниченную массу, вместимость и размеры. Наружные размеры потребительской упаковки должны быть увязаны с внутренними размерами транспортной тары с учетом требований логистики. К каждому из типов существуют определенные требования.

Общие технические требования

В целом, общие технические требования заключаются в описании характеристик потребительской упаковки, установлении требований к сырью и материалам, из которых изготавливается тара, описываются требования к маркировке и упаковке. В некоторых случаях в общих требованиях указываются требования к комплектности.

Общие технические требования к любому типу упаковки устанавливают, что тара должна изготавливаться в соответствии с требованиями настоящего стандарта, по нормативным документам и чертежам



на тару для конкретных видов продукции, утвержденным в установленном порядке. Необходимость изготовления тары в соответствии с образцами-эталономы устанавливаются в нормативных документах на продукцию.

Общие технические требования к таре потребительской полимерной учитывают, что:

- поверхность тары должна быть чистой, гладкой, без пузырей, сквозных отверстий, трещин и сколов;
- допускаются царапины, не ухудшающие товарный вид упаковки. На поверхности допускаются инородные включения в количестве не более, чем предусмотрено нормативными документами на тару для конкретной продукции;
- покрытие, нанесенное на тару, должно быть ровным, без вздутий, пузырей и отслаивания;
- требования к герметичности: тара, закрытая крышками и другими упорочными средствами, должна выдерживать внутреннее избыточное давление;
- требования к механической прочности: тара должна выдерживать не менее двух падений без разрушения и течи при испытании на удар при свободном падении, а также усилие при сжатии в осевом направлении.



Требования к сырью и материалам для изготовления полимерной упаковки заключаются в том, что:

- для изготовления тары в зависимости от характера упаковываемой продукции и вида тары применяют материалы в соответствии с приложением (то есть различные краски, эмали, грунтовки, лаки и прочее, в соответствии со стандартами);
- рецептуры добавок и красителей для материалов также устанавливаются в соответствии с нормативными документами;



- не допускается применение отходов и вторичного сырья для изготовления тары под пищевые продукты;
- для изготовления тары из полиэтилена, предназначенной для пищевых продуктов, применяют смесь полиэтилена высокого и низкого давления с добавлением технологических отходов и вторичного полиэтилена. Соотношение материалов компонентов смеси устанавливается дополнительно в нормативных документах.

Для конкретного вида продукции допускается использование сырьевых материалов, разрешенных Государственной СЭС РК для указанных целей.

Общие технические требования к таре потребительской из бумаги и картона указывают, что показатели качества потребительской тары должны соответствовать требованиям:

- герметичности;
- иметь прочный шов;
- иметь прочность печатного рисунка.

Требования к сырью и материалам для изготовления упаковки из бумаги и картона:



- Для изготовления потребительской тары применяют материалы: бумагу по ГОСТ 7377, ГОСТ 7247, бумагу пачечную двухслойную, картон коробочный по нормативным документам, картон хром-эрзац, крахмалы кукурузный и картофельный, декстрины кислотные, силикат натрия, казеин - все в соответствии с нормативными документами.
- Для изготовления мешков используется бумага мешочная.
- Материалы, используемые для изготовления упаковки для пищевой промышленности, должны быть допущены для контакта с пищевыми продуктами.



Общие технические требования к стеклянной таре указывают, что:

- тара должна иметь определенную толщину стенок;
- тара должна быть термически стойкой при перепаде температур;
- тара должна выдерживать внутреннее гидростатическое давление.

Требования к сырью и материалам для изготовления стеклянной упаковки:

- Тара стеклянная изготавливается из бесцветного, полубелого, зеленого или коричневого стекла.
- Интенсивность окрашивания должна обеспечивать возможность визуального контроля содержимого.
- Состав стекла должен соответствовать ОСТ 21–51.
- Допускается на наружную поверхность наносить защитно-упрочняющие покрытия, допущенные национальными органами здравоохранения.



Требования к безопасности и охране окружающей среды

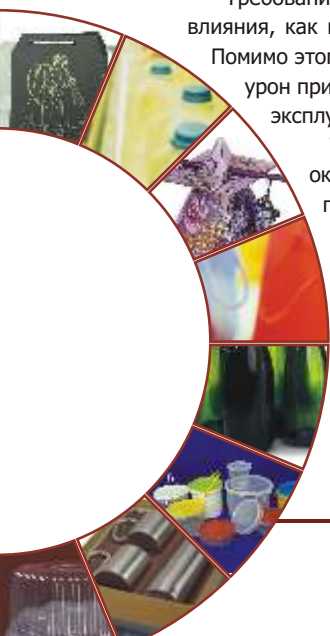
Требования к безопасности подразумевают отсутствие вредного влияния, как на организм человека, так и на окружающую среду. Помимо этого требования безопасности, оговаривают возможный урон при несоблюдении условий хранения, транспортировки и эксплуатации.

Также требования к безопасности и охране окружающей среды включают вопросы вторичной переработки и утилизации потребительской упаковки без нанесения вреда окружающей среде.

Требования к маркировке

Маркировка должна быть:

- четкой, ясной и легко читаемой;



- нанесена на языке страны-изготовителя (казахском и русском), а также на других языках.

На каждую грузовую единицу тары наносят маркировку (или вкладывают ярлык), содержащую:

- наименование продукции, торговой марки;
- наименование страны-изготовителя и (или) товарный знак;
- наименование предприятия-изготовителя и его юридический адрес;
- номер партии;
- наименование и размер тары;
- количество тары в упаковке;
- дату изготовления (месяц, год);
- гарантийный срок хранения;
- обозначение материала потребительской тары;
- штамп технического контроля;
- при транспортной маркировке - манипуляционные знаки (пиктограммы) «Хрупкое. Осторожно!», «Беречь от влаги!», «Крюками не брать!».

Допускается дополнять маркировку другими сведениями. Также допускается совмещение на одном ярлыке транспортной маркировки с маркировкой, характеризующей продукцию.

ГДЕ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ?

Организации, работающие в сфере упаковки

Казахстанские организации:

- Институт Сертификации и Стандартизации - г. Астана, тел.: +7(7172) 79 34 22, г. Алматы, тел.: +7 (727) 225 85 50
- Торгово-промышленная Палата г. Астаны - тел.: +7 (7172) 32 38 33, 32 76 51
- Торгово-промышленная Палата г. Алматы - тел.: +7 (727) 292 00 52, 292 90 75
- Союз Товаропроизводителей Пищевой и Перерабатывающей Промышленности Казах-



стана (СТПППК) -
г. Алматы, тел.: +7 (727) 272 45 52,
тел./факс: +7 (727) 261 20 50, 261 27 90

Зарубежные, международные и национальные организации, работающие в сфере упаковки

Международные организации:

- **WPO** - Всемирная организация упаковщиков;
- **ISO** - International Organization for Standardization - Международная организация по стандартизации;
- **IPPO** - Международный союз журналистов, пишущих на тему упаковки;
- **FINAT** - Международная ассоциация производителей самоклеящихся этикеток.

Организации Турции:

- Турецкий Институт Стандартов;
- Ассоциация производителей упаковочной продукции Турции.

Западно-Европейские организации:

- **CEN** - European Committee for Standardization - Европейский комитет по стандартизации;
- **EPI** - Европейский Институт Упаковки;
- Британский Институт Стандартов;
- Французская Ассоциация Стандартизации;
- Немецкий Институт Упаковки;
- Торгово-промышленная палата г. Лейпцига (Германия).

Восточно-Европейские организации:

- Словацкий Офис Стандартов, Метрологии и Контроля;
- **EASC** - EuroAsia Council on Standardization, Metrology, and Certification - МГС СНГ - Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации Содружества Независимых Государств;
- **SYBA** - Ассоциация упаковщиков Чешской республики;



- Национальная палата по таре и упаковке Польши.

Организации других стран:

- Американский Институт Национальных Стандартов;
- Торгово-промышленная палата Израиля;
- Китайская Ассоциация Упаковщиков.

Организации стран СНГ:

- Ассоциация упаковщиков Беларуси «БелИнфоПак»;
- Клуб упаковщиков Украины;
- Торгово-промышленная палата РФ;
- «Союзупак»;
- Подкомитет ТПП РФ по развитию индустрии упаковки;
- Финско-российская торговая палата;
- Национальная конфедерация упаковщиков;
- Московская торгово-промышленная палата;
- Международная ассоциация «Союз дизайнеров».

Законопроекты и стандарты потребительской упаковки

Информация об упаковке, ее видах, типах, стандартах:

Основные казахстанские нормы и стандарты:

- Технический регламент «Требования к упаковке, маркировке, этикетированию и правильному их нанесению»;
- Закон Республики Казахстан «О безопасности пищевой продукции»;
- Приказ министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 26 декабря 2002 года N 432 «Об утверждении Правил проведения регистрационных испытаний и государственной регистрации пестицидов (ядохимикатов) в Республике Казахстан»;
- ГОСТы группы 55 (Упаковка и размещение грузов);
- СТ РК группы 55: 55.020, 55.040, 55.080, 55.160, 55180.10, 55.180.20.



Основные Международные нормы и стандарты:

- ISO группы 55;
- ISO 22742:2005 Packaging - Linear bar code and two-dimensional symbols for product packaging («Упаковка - Линейный штрихкод и двумерные символы для упаковки продукции»);
- ISO 15394:2000 Packaging - Bar code and two-dimensional symbols for shipping, transport and receiving labels («Упаковка - Штрихкод и двумерные символы на этикетках для отгрузки, транспортировки и приемки»);
- EN ISO 16101:2004 Packaging - Transport packaging for dangerous goods - Plastics compatibility testing («Упаковка - Транспортная упаковка для опасных товаров - Испытания совместимости пластмасс»);
- EN ISO 16104:2003 Packaging - Transport packaging for dangerous goods - Test methods for packages («Упаковка - Транспортная упаковка для опасных товаров - Методы испытаний для упаковки»);
- EN ISO 16467:2003 Packaging - Transport packaging for dangerous goods - Test methods for IBCs («Упаковка - Транспортная упаковка для опасных товаров - Методы испытаний для промежуточных оптовых контейнеров»);
- Директива 94/62/ЕС «По упаковыванию и отходам от упаковывания».



Крупнейшие мировые производители упаковки

№	Название	Страна	Численность	Выпускаемая продукция
1	ALCAN INC, ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ PACKAGING	Канада	32 000	Металлические банки
2	TETRA PAK	Швеция	20 905	Асептическая упаковка для напитков, упаковочное оборудование
3	CROWN HOLDINGS	США	27 500	Металлическая упаковка
4	INTERNATIONAL PAPER COMPANY	США	24 000	Картонная тара
5	SMURFIT-STONE CONTAINER CORPORATION	США	38 600	Картонная тара
6	OWENS-ILLINOIS INC	США	28 700	Стеклянная и пластиковая тара
7	TOYO SEIKAN GROUP, ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ PACKAGING	Япония	11 600	Металлические банки, пластиковая и стеклянная тара
8	JEFFERSON SMURFIT GROUP	Ирландия	30 370	Картонная тара
9	AMCOR LIMITED	Австралия	27 243	Картонная и полимерная тара, крышки, металли- ческие банки
10	REXAM PLC	Велико- британия	22 300	Металлические банки, стеклотара
11	COMPAGNIE DE SAINT-GOBAIN	Франция	19 935	Стекло- тара



Крупнейшие казахстанские производители упаковки

№	Название компании	Выпускаемая продукция	Адрес	Контакты
1	АО «ИЛИЙСКИЙ КАРТОННО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ» http://www.ikbk.kz	Картон Хром-Эрзац, как мелованный, так и немелованный. Многослойный картон Топ-Лайнер. Имеет низкую стоимость и высокое качество.	Казахстан, Алматинская область, п. Боралдай, ул. Менделеева, 10	+7 (727) 250 80 23 +7 (727) 250 80 22
2	ТОО KAGAZY RECYCLING http://www.kazakhs.tankagazy.com	Компания производит целый спектр гофроматериалов, гофрокартона и упаковочной продукции из переработанной макулатуры. Кроме того, Kagazy Recycling импортирует и режет офисную и полиграфическую бумагу, а также предлагает широкий спектр импортируемой бумажной продукции.	Казахстан, Алматинская область, п. Абай	+7 (727) 320 11 00 +7 (727) 252 91 29 (факс)
3	KAZUPACK	Производство упаковки из бумаги и картона	Казахстан, г. Алматы, ул. Бекмаханова, 96 «В»	+7 (727) 385 39 70 +7 (727) 252 91 29
4	IZ PLAST-2001	Производство полиэтиленовой продукции, пакетов с рекламой заказчика, упаковки для замороженных полуфабрикатов, термоусадочной пленки.	Казахстан г. Алматы, пр. Суюнбая, 66/2	+7 (727) 271 17 11, +7 (727) 271 17 12
5	DDW	В 1993 году в Алматы возникла компания, взявшая себе торговое название DDW (Drive Delivery Wide range), что означает «Большой выбор и быстрая доставка». Производит полимерную упаковку.	Казахстан, г. Алматы, ул. Яссауи, дом 1 «Б»	+7 (727) 293 65 69, 293 65 67 +7 (727) 293 66 22 (факс) Отдел маркет-га: +7 (727) 293 11 80
6	GLOBOPACK www.globopack.kz	Компания «Globopack» сегодня предлагает своим клиентам полимерные упаковочные материалы с печатью в рулонах и готовых пакетах (с разными размерами): - полипропилены (прозрачный, перламутровый, белый, металлизированный) для кондитерской продукции и мороженого; - полиэтилены (прозрачный и белый) для продуктов глубокой заморозки, молока и молочных продуктов, удобрений, садовой земли, строительных материалов и т.п., - сложные композиционные материалы на основе ПП, ПЭ, фольги алюминиевой, бумаги и других материалов; - готовые пакеты фасовочные и имиджевые из ПП, ПЭ ламинатов; - пакеты и чехлы для одежды и текстиля;	Казахстан, г. Алматы, ул. Спасская, 68-А (ул.ул.Бекмаханова)	+7 (727) 233 97 50, 234 24 50, 233 96 44



		<ul style="list-style-type: none"> - вакуумные пакеты; пакеты типа DOY-PACK; - специальные виды пакетов из ВЫСОКОБАРЬЕРНЫХ материалов; - и многие другие виды упаковки из полимеров. 		
7	ТОО «БЕРИКАП КАЗАХСТАН»	Производство пластмассовых изделий для упаковки товаров, упаковочные крышки для ПЭТ бутылок	Казахстан, Алматинская область, с. Отеген Батыра, ул. Калинина, 2	+7 (727) 251 16 40
8	ТОО СОВМЕСТНОЕ КАЗАХСТАНСКО-РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «ПОЛИУС» www.polius.kz	<p>ТОО СКРП «ПОЛИУС» - одно из крупнейших предприятий Восточного Казахстана, специализирующееся на изготовлении гибкой упаковки. Предлагает широкий ассортимент пленки и пленочной продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пленка полиэтиленовая ПВД и ПНД (ширина полотна до 5м, толщина до 1000мкм); - пленка молочная - финпак; - пленка термоусадочная; - геомембрана; - пластиковые трубы (d 12-250мм ПВД/ПНД); - пакеты «майка»; - пакеты с усиленной и прорубной ручкой; - фасовочные пакеты; (ПВД, ПНД и ПП); - мешки под мусор; - обложки для учебников, тетрадей. <p>Возможны услуги дизайнеров по разработке упаковки или пакетов с фирменной графикой.</p>	Казахстан, Восточно-Казахстанская область, г. Усть-Каменогорск, пр. Абая, 106	+7 (7232) 23 00 81, 23 01 00, 23 02 96
9	ТОО «КОСТАНАЙ ПОЛИПРОПИЛЕН»	Производит полипропиленовую пленку.	Казахстан, Костанайская область, г. Костанай, ул. Чехова, 103	+7 (7142) 53 77 46
	АО «СТЕКЛЯНАЯ КОМПАНИЯ «SAF» Www.saf.kz	Завод производит и поставляет потребителям стеклянную тару, в том числе широкогорлую (банки) из бесцветного стекла и узкогорлую (бутылки) из бесцветного и зеленого стекла.	Казахстан, Алматинская область, с. Отеген Батыра, ул. Калинина, 2	+7 (727) 266 35 80, 250 85 11 +7 (727) 266 35 81

Часто используемые термины и определения

Согласно ГОСТу 17527-2003 «Упаковка. Термины и определения» под упаковкой понимается средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды, загрязнений, а также обеспечивающих процесс обращения.



Потребительская упаковка	Предназначена для товаров массового потребления; она является частью товара, входит в его стоимость, а после реализации товара переходит в полную собственность покупателя.
Тара	Основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения продукции.
Потребительская тара	Тара, поступающая к потребителю с продукцией и не выполняющая функцию транспортной тары.
Разовая тара	Тара, предназначенная для однократного использования.
Возвратная тара	Тара, бывшая в употреблении, которая используется повторно.
Индивидуальная тара	Тара, предназначенная для единицы продукции.
Групповая тара	Потребительская тара, предназначенная для определенного числа продукции.
Утилизация тары и упаковочного материала	Переработка и использование в качестве вторичного сырья бывших в употреблении тары, упаковочного материала или отходов их производства.
Вид тары	Классификационная единица, определяющая тару по форме.
Тип тары	Классификационная единица, определяющая тару по материалу и конструкции.
Масса упаковки	Масса тары и вспомогательных упаковочных средств в упаковочной единице.
Маркировка	Информация в виде надписей, цифровых, цветовых и условных обозначений, наносимая на продукцию, упаковку, этикетку или ярлык для обеспечения идентификации и ускорения обработки при погрузочно-разгрузочных работах, транспортировании и хранении.



Транспортная маркировка	Маркировка, информирующая о получателе, отправителе и способах обращения с упакованной продукцией при ее транспортировании и хранении.
Потребительская маркировка	Маркировка, информирующая об изготовителе, количестве и качестве упакованной продукции. Примечание - Допускается наносить надписи о способах обращения с продукцией при потреблении, а также рекламирующие ее.
Вакуумная упаковка	Упаковка, внутреннее давление в которой ниже атмосферного.
Аэрозольная упаковка	Упаковка, имеющая корпус цилиндрической формы, с узкой горловиной, укупориваемой распылительным клапаном, внутри которой сохраняется заданное давление, позволяющее проводить распыление.
Упаковка с газовым наполнением	Упаковка, заполненная инертным или другим газом.
Асептическая упаковка	Упаковка с антибактериальной обработкой, биостойкая, предназначенная для пищевых продуктов с длительным сроком хранения.
Блистерная упаковка	Жесткая, прозрачная, термоформованная пленочная упаковка, повторяющая форму упаковываемой продукции, закрепляемая на подложке.
Контурная упаковка	Упаковка, состоящая из двух слоев комбинированных материалов, соединенных между собой методом термосваривания по контуру помещенной между ними продукции.
Упаковка многоразового использования	Упаковка, которую после откупоривания можно закрыть или позволяющая расходовать содержимое по частям при сохранении защитных свойств упаковки.

ЧТО ДЕЛАЕТ КОРПОРАЦИЯ «KAZNEX» ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТЕРОВ?

АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «KAZNEX» Министерства индустрии и торговли Республики Казахстан.

Миссия Корпорации «KAZNEX» - способствовать повышению конкурентоспособности отечественных предприятий через интернационализацию казахстанского бизнеса.



Корпорация «KAZNEX» является членом Международной Сети организаций продвижения торговли при Международном торговом центре, дочерней организации ЮНКТАД/ВТО.

Кому помогает Корпорация «KAZNEX»?

Корпорация «KAZNEX» работает с:

- потенциальными экспортерами;
- начинающими экспортерами;
- действующими экспортерами.

Также в рамках построения институциональной системы поддержки экспорта, Корпорация «KAZNEX» оказывает разностороннее содействие казахстанским лабораториям, бизнес-ассоциациям и другим организациям, вовлеченным во внешнюю торговлю Казахстана.

Услуги и продукты

Предоставление информации:

- инструктивные публикации в помощь экспортеру;
- информация о внешних рынках и потенциальных экспортных нишах для целевой продукции;
- информация о зарубежных выставках и других мероприятиях;
- информация о потенциальных зарубежных партнерах для экспортеров.

Распространение информации:

- справочник казахстанской экспортной продукции;
- размещение информации в специализированных зарубежных каталогах.

Организация обучения для экспортеров:

- учебные туры на зарубежные предприятия;
- организация учебных мероприятий (семинары, стажировка);
- организация торговых миссий за рубежом;
- работа по продвижению торговых марок (брендов) отечественной экспортоориентированной продукции за рубежом.



Индивидуальные консультационные услуги:

- оценка экспортной готовности предприятия, помощь в разработке индивидуальных программ по выводу продукции на экспорт.

Иные услуги:

- помощь в поиске и привлечении грантов донорских организаций;
- помощь в поиске и привлечении международных и отечественных экспертов.

В ноябре 2009 года проводилось исследование рынка упаковки, на основании него выявились современные тенденции развития казахстанской упаковки, выявились текущие проблемы и недостатки нашей упаковочной системы, был проанализирован мировой опыт развития упаковки.

На основе этого наиболее успешный действующий опыт будет переноситься на казахстанский упаковочный бизнес.

Планируется создать организацию, которая будет заниматься вопросами упаковки, усиления государственной поддержки, регулирования государственных пошлин на ввоз импортного сырья и материалов, а также оказания содействия в освоении имеющейся казахстанской сырьевой базы.

Кроме того, планируется вывести казахстанский упаковочный бизнес на международный уровень, а также оказывать содействие в установлении сотрудничества с международными Ассоциациями и организациями, занимающимися вопросами упаковки.

