DOI: 10.17117/na.2016.02.03.280

<http://ucom.ru/doc/na.2016.02.03.280.pdf>

Поступила (Received): 01.02.2016

Гринько Д.В. Наглядность и доступность получения информации о продовольственных товарах

Grinko D.V.
The visibility and accessibility of information about food products

В данной статье рассмотрена проблема связанная с созданием негативных условий производителем в отношении получения наглядной и доступной информации о продовольственных товарах покупателями, а именно: состава, свойств, пищевой ценности, природы происхождения, способа изготовления и употребления, а также других сведений, характеризующих качество и безопасность пищевого продукта

Ключевые слова: покупатель, изготовитель, продовольственный товар, наглядность, доступность

This article deals with the problem associated with the creation of negative conditions by the manufacturer in respect of receiving clear and accessible information about food products buyers, namely: composition, properties, nutritional value, nature, origin, method of manufacture and use, as well as other information describing the quality and safety of food product

Key words: purchaser, manufacturer, food goods, visibility, accessibility

Гринько Дмитрий Владимирович

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ
г. Волгоград, ул. Гагарина, 8*

Grinko Dmitry Vladimirovich

*Russian presidential academy of national economy and public administration
Volgograd, Gagarina st., 8*

Обращается внимание на проблему, связанную с созданием негативных условий производителем в отношении получения наглядной и доступной информации о продовольственных товарах покупателями. Изготовитель вводит в заблуждение потребителей относительно состава, свойств, пищевой ценности, природы происхождения, способа изготовления и употребления, а также других сведений, характеризующих качество и безопасность пищевого продукта.

Важно заметить, что потребитель не может отказаться от приобретения пищевых продуктов, поскольку они обеспечивают его жизнедеятельность, а свойства и качества таких продуктов оказывают непосредственное влияние на здоровье человека.

Проанализировав статью 8 ФЗ «О защите прав потребителей», нужно отметить указание на формы доведения информации о товаре до потребителя. Таковыми формами являются: наглядность и доступность. Поскольку в данной статье нет конкретизации названных понятий, то в настоящее время возможны не-

добросовестные способы доведения информации производителем до потребителя. Зачастую это вызвано стремлением оптимизировать издержки производства.

Недобросовестность со стороны производителя заключается в том, что информацию о товаре указывается очень мелким, практически нечитабельным шрифтом. Для передачи информации покупателю, изготовитель использует ценники, этикетки, упаковки и т.д., и в данном случае они являются единственным источником информации о товаре для потребителя, что позволяет правильно выбрать желаемый товар.

Единственный нормативный акт, который устанавливает требования к информации о продуктах питания является Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Согласно подпункту 3.8.1 ГОСТа, информация должна быть четкой и легко читаемой. Однако, полагаю, что подпункт 3.8.1 ГОСТа является весьма расплывчатым и не раскрывает понятия «четкость» и «легко читаемость».

В действующем законодательстве Российской Федерации не установлены критерии, по которым можно определить соответствие информации о продовольственном товаре, нанесенной изготовителем на этикетку, требованиям подпункта 3.8.1 ГОСТа. Также не существует требований к читабельности информации, размера шрифта и т.д., что способствует злоупотреблению правом со стороны производителя. Данными действиями изготовитель нарушает п.4 ст.1 ГК РФ, где говорится о том, что никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения.

Таким образом, в связи с отмеченным, предлагается:

1. Нормативно закрепить ответственность участников правоотношений за несоблюдение принципа добросовестности, разумности и справедливости по отношению друг к другу.

2. Закрепить требования к читабельности, типу и размеру шрифта информации о продовольственных товаре, которая указывается на изделии.

3. Закрепить ответственность производителей за несоблюдение правил оформления информации о продовольственном товаре.