

ПРОБЛЕМЫ МАРКИРОВКИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Нурышев М. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – доцент, к.э.н. Белинская И.В.

(Университет ИТМО)

Аннотация. В данных тезисах доклада рассмотрен закон о маркировке на упаковках информирующий потребителей о пищевой ценности продукта питания, регулируемый Управлением по контролю за продуктами и лекарствами (FDA), США. На примере Америки была рассмотрена эффективность закона и некоторые рекомендации по его улучшению.

В Соединенных Штатах Америки маркировка на упаковках являются предметом ожесточенных споров уже более двух десятилетий, в каком-то роде это уже стало маркетинговым инструментом предприятия для привлечения внимания к своим продуктам, с целью большей продажи своих продуктов. Этикетка на продуктах питания – призвана помочь потребителям выбирать здоровые продукты питания, а Управление по контролю за продуктами и лекарствами (далее – FDA) является ответственной организацией за то, чтобы продукты питания были правильно маркированы на территории США.

Последние предложенные правки маркировки получило огромную похвалу среди государственных деятелей и от комиссара FDA, который назвал его «ценным ресурсам». Но идея маркировки оказалось не столь эффективно в реальной жизни. Потребители не пользуются информацией на упаковке, чтобы выбрать более здоровые продукты питания, потому что представленная информация очень сложна, чтобы объединить ее для принятия решения. Люди пытающийся вспомнить, что и в каком количестве они потребляли «до», чтобы выбрать что съесть «сейчас», становится невероятно сложной задачей и в большинстве случаев приводит к некачественному выбору.

По словам бывшего главного экономиста в Центре безопасности пищевых продуктов и комплексного питания при FDA, Ричарда Уильямса, когда они в 1993 году приняли «Закон о маркировке продуктов питания и просвещения (образовании)» были уверены, что люди увидят эту информацию на упаковках и будут использовать ее для разумного и здорового выбора, что приведёт к улучшению здоровья нации. Они (в FDA) полагали, что в течении следующих 20 лет, станет на 40 000 меньше случаев рака и сердечных заболеваний и что они смогут предотвратить примерно 13 000 смертей.

К сожалению, как показало время, практически ничего из этого не было достигнуто. Сегодня все меньше людей читают этикетки на продуктах питания, а большинство американцев считают, что проще разобраться с подходящим налогом, чем понять, как правильно питаться. Практически никто не знает, как соотносить различные виды хороших жиров и плохих жиров, хорошую клетчатку и - в некоторых случаях, но не во всех - плохой натрий и калории вместе взятые, и это нормально. Отчасти сложность также заключается в том, что у разных людей разные потребности в питании.

Если маркировка продуктов питания не работает, как еще правительство может помочь потребителям сделать более осознанный и здоровый выбор? Тут потребуются комплексный подход, во-первых, признать, что нынешняя стратегия неэффективна, использовать маркетинговые инструменты и методы из частного бизнеса и включить использования инновационных технологических решений.

