

Лекция 3.

Формирование основ потребительской культуры у старшеклассников

Покупка в магазине – одна из типичных ситуаций, в которых оказывается старшеклассник. Поэтому знакомство его со структурой и правовой основой деятельности системы общественной торговли приобретает особое значение. Важно, чтобы подросток знал о своих правах как покупателя, мог анализировать информацию о продуктах, а также оценивать рекламу товара с позиции потребителя.

Система общественной торговли сегодня представлена различными видами магазинов. В зависимости от ассортимента магазины делятся на специализированные (торгующие определённым видом продуктов) и универсальные. В зависимости от характера организации торговли различают магазины самообслуживания и магазины, где товар предоставляется продавцом. Помимо продуктовых магазинов, существует система уличной торговли – рынки, лотки, автолавки, палатки. При организации уличной торговли так же, как и в магазине, должны соблюдаться правила, позволяющие сохранить свойства продукта, предотвратить попадание в продажу некачественного и испорченного товара. В нашей стране правовое регулирование отношений на потребительском рынке осуществляется на основе Закона РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 7 февраля 1992 г. С 2005 г. в России создана и функционирует служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Существует также целый ряд общественных организаций, задача которых – защита прав потребителей. Согласно действующим правилам, утверждённым Правительством Российской Федерации, описаны особые требования, предъявляемые к продаже продовольственных товаров, которые должны соблюдаться и на рынке, и в магазине. Прежде всего, продавец продовольственных товаров должен предоставить покупателю определённый объём информации о продаваемом товаре-продукте. Как правило, эта информация размещается на упаковке товара:

- название товара;
- наименование входящих в состав пищевых продуктов ингредиентов, включая пищевые добавки;
- сведения о пищевой ценности (калорийность продукта, содержание белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов), весе или объёме;
- назначение, условия и область применения (для продуктов детского, диетического питания и биологически активных добавок);
- способы и условия приготовления (для концентратов и полуфабрикатов) и применения (для продуктов детского и диетического питания);

- противопоказания для употребления в пищу при отдельных видах заболеваний;
- правила и условия хранения продукта;
- дата изготовления и дата упаковки товара;
- цена, наименование и юридический адрес производителя.

Для обозначения добавок, входящих в состав продукта, используется специальный международный код. Так, E100-E182 обозначают красители, E200-E299 – консерванты (сюда не входят такие вещества, как соль, сахар, уксус), E300-E399 – антиоксиданты, E400-E499 – стабилизаторы, обеспечивающие продуктам питания длительное сохранение консистенции (суфле, мармелад, желе, пастила, йогурт), E500-E599 – эмульгаторы, поддерживающие однородность нектаров, растительного масла, препятствующие образованию в них осадков, E600-E699 – ароматизаторы, E900-E999 – антифламинги, препятствующие образованию комков и слеживанию муки, сахарного песка, соли, соды, разрыхлителей теста.

Консерванты – это химические вещества, которые добавляют к пищевым продуктам для уничтожения или задержки роста микроорганизмов, тем самым продлевая срок годности товара.

Пищевые красители добавляют в продукты для восстановления их окраски, утраченной в процессе обработки. В качестве красителей применяют природные и синтетические вещества. К первым относятся составы, выделенные физическими способами из растительных и животных источников (например, бета-каротин).

Антиокислители (антиоксиданты) защищают жиры и жиросодержащие продукты от прогоркания, предохраняют овощи и фрукты от потемнения в процессе переработки, замедляют порчу напитков. Самые известные природные антиоксиданты, используемые в производстве – аскорбиновая кислота, лимонная кислота, лецитин, витамин Е.

Усилители вкуса и аромата, ароматизаторы могут быть искусственными и натуральными. Одни из наиболее широко используемых усилителей вкуса – глутаматы (глутаминовая кислота, глутамат натрия). Они увеличивают чувствительность сосочков языка, тем самым усиливая вкусовые ощущения.

В России запрещены определённые виды добавок, которые используются в других странах: E121, E123 – красители, E240 – консервант, E924, E924a – улучшители муки и хлеба. С 2005 г. к ним добавились консерванты E216 и E217.

При продаже продуктов должны соблюдаться определённые правила. Так, развесной товар продаётся только в упакованном виде, при этом плата за упаковку с покупателя не взимается. Покупатель имеет право потребовать от продавца нарезать ему гастрономические товары. При этом хлеб и хлебобулочные изделия массой 0,4 кг и более (кроме изделий в упаковке изготовителя) могут разрезаться на 2 или 4 равные части и продаваться без взвешивания. Хлеб и хлебобулочные изделия должны продаваться в местах мелкорозничной торговли только в упакованном виде. Продавец обязан

продать покупателю требуемое количество продукта. Довод продавца о том, что после покупки у него остаётся маленький остаток, который «никто не купит», неоснователен. Если возникают претензии, нужно сначала обратиться к руководству конкретного торгового предприятия, так как ответственность за ущемление прав потребителей, которое может быть выражено в реализации нестандартной продукции, несёт продавец. Если меры не принимаются, следует обратиться в головную организацию. Как правило, в магазине вывешивается информация с адресами и телефонами организаций, с которыми покупатель может связаться в случае спорных ситуаций. В случае если покупатель приобрёл испорченный продукт или продукт, срок годности которого истёк, магазин обязан заменить его на качественный или вернуть деньги.

Следует познакомить подростка с определёнными правилами поведения в магазине, которые помогут ему сделать эффективную покупку. Во-первых, отправляясь в магазин, следует заранее составить список покупок. В магазине при выборе товара нужно обращать внимание на верхние и нижние полки, так как именно там располагается самый дешёвый товар. Следует избегать так называемых импульсных покупок (покупка без раздумья и предварительного планирования, например, жевательная резинка, лакомства). Обычно такой товар располагается около кассы (жевательные резинки, журналы, сладости и т.д.). Важно, чтобы подросток мог критически оценивать различного рода рекламную информацию. Так, к примеру, большие скидки могут быть попыткой магазина избавиться от продукта, срок годности которого почти истёк (а значит, закупать такой товар в больших количествах не стоит). Снижение цены на уже расфасованный товар может быть связано с уменьшением веса упаковки и т.д.