

Лекция 3. Формирование основ потребительской культуры у старшеклассников

Покупка в магазине - одна из типичных ситуаций, в которой 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.

- Старшеклассник в роли покупателя. Права покупателя.
- Выбор товара в магазине - источники информации о свойствах товара, умение ими пользоваться.
- Правила эффективной покупки. Влияние рекламы. Умение оценивать рекламную информацию.

Система общественной торговли сегодня представлена различными видами магазинов. В зависимости от ассортимента магазины делятся на специализированные (торгующие определенным 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" N 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, утвержденным 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 определенный объем 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 объеме;
- 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 определенные 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 определенные правила. Так, развесной товар продается 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 остается 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, несет 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 приобрел испорченный продукт или продукт, срок годности которого истек, магазин обязан заменить его на качественный или вернуть деньги.

Следует познакомить подростка с определенными 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 дешевый 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 истек (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.