

## ЭКОЛОГИЧЕСКИ ГРАМОТНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ ТОВАРА

Зырянова Н.А.

руководитель учитель Фадеева В.Г.

*МКОУ Хребтовская СОШ №11*

**Введение:** на сегодняшний день экологическая грамотность, бережное отношение к природе стали залогом выживания человека на нашей планете. Для экологического образования крайне важно рассматривать окружающий мир с точки зрения взаимосвязей живых организмов между собой и с окружающей средой. В этом мне помогает наука экология.

Экология - это отдел биологии, изучающий взаимоотношения организмов и окружающей среды. В последние годы человечество стало уделять особое внимание экологическим темам и проблемам. Одна из таких проблем для человечества - качество продуктов питания. С каждым годом потребление продуктов питания растёт всё сильнее и сильнее. Но, как говорится, спрос рождает предложение. Появляются компании-производители, конкурирующие между собой. Недобросовестные производители всё чаще добавляют в продукты питания различные пищевые добавки. Также очень часто используются упаковки, которые невозможно переработать или уничтожить без вреда для природы. Покупатель обязан выбрать такой товар, который не навредит ни ему, ни окружающей среде. А все ли знают об этом, задумываются ли, посещая универсамы, супермаркеты, торговые центры. Поэтому мне интересно узнать, насколько экологически грамотен наш покупатель и особенно в год экологии в России.

**Цель:** выяснить, на сколько грамотны люди в определении качества потребительских товаров и выявлении ими их возможностей экологической безопасности

**Методы исследования:** теоретические - сбор, изучение, систематизации и анализ литературы по данной проблеме; экспериментальные - изучение пищевых добавок, штрих-кода и упаковки, социологический опрос школьников и взрослых.

**Материалы:** после серьёзного изучения теоретических аспектов по своей проблеме исследований мне захотелось выяснить, как к данной проблеме относятся взрослые и дети. Я провела небольшой социологический опрос. В нём участвовало 50 человек, среди них были учащиеся школы, учителя, сотрудники школы, а также жители посёлка Хребтового. Судя по ответам, думаю, что все отвечали искренно.

Вопросы были ранжированы на 2 категории: на вопросы для потребителей (рядовых покупателей) и на вопросы для продавцов.

**Вопросы для потребителей.** Содержание вопросов следующее:

1. Когда вы приходите в магазин, на что вы обращаете внимание?
2. Сталкивались ли вы с проблемами при покупке товара?
3. С какими именно проблемами при покупке товара вы сталкивались?
4. Знаете ли вы, что обозначает штрих-код?
5. Читали ли вы закон РФ «О защите прав потребителя»?
6. Знаете ли вы, куда обратиться в случае нарушения ваших прав?
7. Как вы думаете пищевые добавки польза или вред?

Результаты опроса (**приложение 1**) показали, что многие покупатели обращают внимание, в первую очередь, не на качество и насколько свежий продукт покупаемый ими, а именно на доступность цены, а затем лишь на срок годности товара и на другие стороны приобретаемой продукции. Будучи покупателями, наши респонденты сталкивались с проблемами, на первом месте – просроченность срока годности товара, а затем все остальные. Взрослые и дети знают (половина опрошенных), что такое штрих-код, но мало кто из них пользуется информацией о штрих – коде при покупке

продукции. Многие потребители знают «Закон о защите прав потребителей», но никогда им не воспользовались.

Итак, многие школьники и взрослые не умеют выбрать правильно и «правильный» товар. Но при желании этому легко научиться. Такие навыки могут очень помочь в жизни. И помните, наше здоровье в наших же руках.

В нашем посёлке Хребтовом 13 торговых точек. С продавцами данных торговых точек проведено собеседование.

#### **Вопросы для продавцов**

1. На что обращают внимание покупатели при покупке товаров?
2. А что вы знаете о качестве привозимых вами товаров?
3. Были ли возвраты некачественного товара?
4. Знаете ли вы закон РФ «О защите прав потребителя»?
5. Были ли с вашей стороны нарушения закона РФ «О защите прав потребителя»?
6. Знаете ли вы сами о пищевых добавках?
7. Как вы поступаете в другой торговой точке, как покупатель?

По опросу продавцов (**приложение 2**) мы видим, что покупатели, в основном, обращают внимание на цены и единицы на внешность продавца. На третий вопрос мнения продавцов разделились все ответили по - разному. В магазинах были случаи возврата некачественного товара. Все продавцы знают закон РФ «О защите прав потребителей», нарушений этого закона со стороны продавцов не было. Все продавцы знают о пищевых добавках. В других торговых точках они ведут себя как рядовые покупатели, но чаще обращают внимание на срок годности продукции.

Второе исследование я провела по изучению различных упаковок, как металлических, пластмассовых, полиэтиленовых, стеклянных, деревянных, бумажных. На что я обращала внимание: на наличие экологических знаков на упаковке. Экологические знаки чаще всего встречались на бумажных упаковках. Это были знаки Госстандарта, нетоксичный материал, можно выбрасывать в урну, вторичная переработка. На других упаковках были знаки Госстандарта и можно выбрасывать в урну, а что подлежат вторичной упаковке и нетоксичный материал не указано. Таким образом, можно сделать вывод, что самыми экологичными упаковками являются бумажные упаковки. Поэтому я рекомендовала бы покупателям обращать внимание на внешнюю оболочку упаковки.

**Результаты:** 50 респондентов, принявших участие в опросе, ответили следующим образом на вопросы, предложенные им:

#### **приложение 1**

##### **1. Когда вы приходите в магазин, на что вы обращаете внимание?**

Приходя в магазин обращают внимание на цену товара – 27 покупателей (54%), на качество товара -5 человек (10%), срок годности -4 человека (8%), на внешний вид товара -3 человека (6%), на сами продукты, приобретаемые покупателем – 5 человек (10%), на дату изготовления -1 человек (2%), кто производитель товара – 2 человек (4%), какая сумма денег взята с собой – 1 человек (2%), на внешний вид продавцов – 1 человек (2%), ни на что – 1 человек (2%)

##### **2. Сталкивались ли вы с проблемами при покупке товара?**

С проблемами при покупке товара сталкивались – 25 покупателей (50%), не сталкивались -10 человек (20%), иногда -2 человека (4%), нет ответа -13 человек (26%)

##### **3. С какими именно проблемами вы сталкивались?**

Проблемы были следующие: просрочен срок годности -10 человек (20%),

некачественный продукт -10 человек (20%), нет ответа – 10 человек (20%), другие ответы, не связанные с экологией товара –12 человек(24%)

**4. Знаете ли вы, что обозначает штрих- код?** Со значением штрих-кода знакомы 16 (32 %) из числа опрошенных, не знакомы - 15 респондентов (30%).

**5. Читали ли вы закон РФ « О защите прав потребителя»?**

Закон читали 18 человек (36%), не читали – 10 человек (20 %).

**6.Знаете ли вы, куда обратиться в случае нарушения ваших прав?**

В случае нарушения прав потребителя -25 опрошенных (50%) знают куда обратиться, 7 человек (14%) дали разные ответы(как роспотребнадзор, союз потребителей, в полицию, в органы МВД)

**7.Как вы думаете, пищевые добавки приносят пользу или вред?**

Большинство опрошенных -27 человек (54%) считают, что пищевые добавки приносят вред человеку.

приложение 2

### Результаты социологического опроса продавцов:

- 1. На что обращают внимание покупатели при покупке товаров?** Продавцы ответили, что покупатели в первую очередь обращают внимание на срок годности - 5 человек (38%), на внешний вид продавца – 1 человек (8%).
- 2. А что вы знаете о качестве привозимых вами товаров?** О качестве привозимых товаров работники торговли должны знать всё ответили - 2 человека (15%), срок годности -1 продавец (8%), за это не отвечают – 1 человек (8%)
- 3. Были ли возвраты не качественного товара?** Случаи возврата товара были – 2 человека (15%), не было -3 человека (23%).
- 4.Знаете ли вы закон РФ «О защите прав потребителя»?** Продавцы знают закон «О защите прав потребителей»
- 5.Были ли с вашей стороны нарушения закона РФ «О защите прав потребителя»?**  
В искренности данного ответа убедиться трудно. Не было нарушений -3 человека (23%), возможно были – 2 человека (15%).
- 6. Знаете ли вы сами о пищевых добавках, используемых в продуктах питания?**  
50% продавцов знают
- 7.Как вы поступаете в другой торговой точке, как покупатель?**  
Обращаю внимание на срок годности товара -2 человека (15%), никак не отношусь – 3 человека (23%)

**Выводы:** таким образом, мы смогли сделать вывод, что уровень потребительской культуры жителей посёлка Хребтового сформирован не достаточно для того, чтобы можно было бы говорить о грамотности потребителей.

Все продавцы знают свои права и обязанности. В некоторых случаях замечено, что со стороны продавцов нарушения были.

Грамотный потребитель товара - это тот человек, который знает всю информацию о штрих - коде, об индексах пищевых добавках, об упаковке товара, о классификации пищевых добавок и умеет ими пользоваться при покупке товара.

Необходимо провести среди моих одноклассников, педагогов и сотрудников школы занятия по экологическому просвещению, чтобы они стали грамотными потребителями товаров, используя для этого приобретённые мною знания в ходе моих исследований.

**Рекомендации** потребителю товаров при покупке пищевых продуктов:

- 1) Проверка целостности упаковки.
- 2) Считывание информации с упаковки:
  - срок годности
  - штрих код
  - состав
  - ГОСТ
  - количество, масса
  - пищевая ценность
  - назначение
  - условия хранения
  - документ, по которому произведен товар
- 3) считывание информации с ценника
  - цена
  - название, соответствующее артикулу

**Список литературы:**

1. Алексеев С.В., Груздева Н.В., Гущина Э.В. Экологический практикум школьника: Учебное пособие для учащихся. – Самара: Корпорация «Федоров», Издательство «Учебная литература», 2005. – 304 с. – (Элективный курс для старшей профильной школы).
2. Коробкин В.И., Передельский Л.В. Экология. – Ростов н/Д: изд-во «Фенекс», 2000. – 576 с.
3. Миркин Б.М., Наумов Л.Г., Суматохин С.В. Экология 10-11класс (учебник для старшеклассников, профильный уровень). – М.: «Вентана Граф», 2010.
4. Школьный экологический мониторинг. Учебно-методическое пособие / под ред. Т.Я. Ашахминой. – М.: АГАР, 2000.
5. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.1992 с изменениями № 234-ФЗ от 25.10.2007.