

## Подходы к решению проблемы обеспечения безопасности игрушек для детей

Р. А. Гильмутдинова<sup>1\*</sup>, З. Р. Закирова<sup>2</sup>, Э. В. Дубинина<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Башкирский государственный университет  
Россия, г. Уфа, 450076, улица Заки Валиди, 32.

<sup>2</sup> Уфимский государственный нефтяной технический университет  
Россия, г. Уфа, 450062, улица Космонавтов, 1.

<sup>3</sup> Уфимский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова  
Россия, г. Уфа, 450080, улица Менделеева, 177/3

\*Email: rimta\_76@inbox.ru

В работе представлены подходы к обеспечению безопасности игрушек для детей, а также представлены результаты исследования отношения потребителей к экологической маркировке как инструменту, указывающему на безопасность игрушек.

**Ключевые слова:** игрушки, безопасность игрушек, психологическая безопасность игрушек, психолого-педагогическая экспертиза, экологическая безопасность игрушек.

Безопасность продукции является основополагающим критерием ее реализации на рынке. Требования к безопасности игрушек в Российской Федерации установлены в техническом регламенте «О безопасности игрушек» [1]. Отметим, что в данном документе определены требования по материалу изготовления игрушек, органолептическим, микробиологическим и токсиколого-гигиеническим показателям, физическим, механическим, химическим, электрическим свойствам, радиационной безопасности, воспламеняемости и требования к безопасности упаковки. Этот аспект безопасности игрушек, безусловно, является важным, но не единственным.

Если рассматривать игрушку не просто как вещь, а как материал для детской игры, то очевидно, что она может и должна быть оценена с точки зрения соответствия своему назначению. Критерии экспертизы игрушки (включая потребительские свойства и показатели качества) должны исходить не только из внешних товарных качеств игрушки, а из ее возможностей стать предметом самостоятельной деятельности ребенка, которая может иметь разные формы и уровни развития. Однако некоторые современные игрушки не только не способствуют духовно-интеллектуальному развитию ребенка, но и оказывают негативное влияние на детскую психику. В этой связи не менее важным аспектом безопасности игрушек является психологическая безопасность. Тем не менее психолого-педагогические требования к игрушкам в указанном техническом регламенте до сих пор не отражены.

Говоря о безопасности игрушек в рамках первого аспекта, можно утверждать, что доля безопасных игрушек, реализуемых на отечественном рынке, может увеличиться, если сама игрушка, процессы ее производства и утилизации, будут соответствовать экологическим критериям [8]. Одним из способов доведения до потребителей информации об экологических аспектах продукции является экологическая маркировка. Экологической маркировкой, в первую очередь, маркируются товары, производство, потребление и утилизация которых ведет к снижению антропогенной нагрузки на окружающую среду [2]. Кроме того, экомаркировка сообщает покупателям об экологических свойствах продукции.

Система экомаркировки в России не получила широкого развития. В настоящее время в Российской Федерации нет государственно учрежденного и присуждаемого знака экологической сертификации [3]. В то время, как в западноевропейских странах работа по экологической сертификации и маркировке началась еще во второй половине прошлого столетия. Так во Франции экологическая сертификация сельскохозяйственной продукции учреждена в законодательном порядке в 1960 г. А в Германии в 1977 году появилась экомаркировка «Голубой ангел», которая является государственной – она принадлежит Федеральному Министерству по охране окружающей среды. Следует отметить, что в ЕС наблюдается положительная динамика использования экологической маркировки. Так, количество предприятий, получивших лицензию на использование знака экомаркировки ЕС, увеличилось с 6 до 1152 с 1996 по 2012 годы [7].

В ряде стран процент доверия со стороны покупателей к экомаркировке на упаковке продукта достигает 91% («Белый лебедь» в Скандинавии, «Голубой Ангел» в Германии) [10].

С целью определения, насколько экологическая маркировка стимулирует потребительский интерес к продукции, нами был проведен опрос в детских дошкольных учреждениях г. Уфа. В опросе приняли участие 200 человек. Распределение респондентов по возрастным группам следующее: 20–29 лет – 23.3%; 30–39 лет – 33.3%; 40–49 лет – 13.4%. Около 61% респондентов имеют в семье одного ребенка до 14 лет. У 23.8% – два ребенка в семье; у 3% – трое детей; 12.5% респондентов не имеют детей до 14 лет, но периодически совершают покупки игрушек для внуков, племянников или детей друзей.

40% опрошенных приобретают игрушки 1–2 раза в месяц. Около 34% делают это 2–3 раза в полгода. Один раз в неделю покупают игрушки 6.7%, не чаще одного раза в год – 16.6%. Эти результаты свидетельствуют о том, что данная категория товаров приобретается достаточно часто.

Наиболее популярное место приобретения игрушек – специализированные детские магазины (63.3%), поскольку там, по мнению респондентов, представлен более широкий ассортимент, можно получить исчерпывающую консультацию продавца, обеспе-

чивается гарантия качества игрушек. На рынке их обычно покупают 33.3% опрошенных. Только 3.4% указали на интернет-магазин.

Нами был задан вопрос о факторах, имеющих наибольшую значимость при покупке игрушек. На первое место респонденты поставили внешний вид (60%), на второе – информацию о материале изготовления (53.3%). Цена является третьим по значимости фактором (50%).

Результаты опроса показали, что на информацию, расположенную на упаковке игрушек, всегда обращают внимание 40% опрошенных, в то время как более половины респондентов (53.3%) только иногда смотрят эту информацию, вообще не интересуются ей 6.6%.

При этом, чем старше человек, тем внимательнее он подходит к покупке игрушек: всегда читают информацию на упаковке игрушек 80% респондентов в возрастной группе 40–49 лет, 37.5% в возрасте 30–39 лет и 26.6% в возрасте 20–29 лет.

Чаще всего респонденты обращают внимание на материал изготовления (60%), наименование и местонахождение изготовителя, импортера (50%), пиктограмму, обозначающую возраст ребенка (50%), а также дату изготовления и срок годности (33.3%). На соответствие требованиям Технического регламента «О безопасности игрушек» и знак ЕАС смотрят 16.6%.

Более половины опрошенных (57.1%) под «экологичными» игрушками понимают игрушки, безопасные для физического здоровья ребенка. Для 20% «экологичными» являются игрушки, которые не оказывают негативного воздействия на человека и окружающую среду, при этом 10% акцентировали внимание на отсутствии негативного воздействия не только во время эксплуатации, но и в процессе их изготовления и утилизации. Для 7.5% респондентов «экологичными» являются игрушки из природных материалов.

На вопрос «Какие знаки экологической маркировки Вам известны?» 83.3% респондентов затруднились ответить. Знаки «Зеленый листок», «Белый лебедь», «Голубой ангел» назвали 10%. Около 7% опрошенных отнесли к знакам экологической маркировки знак ЕАС.

На вопрос о том, гарантирует ли экологическая маркировка «экологическую чистоту» товара, только 10% дали положительный ответ. Не доверяют экологической маркировке 43.3% опрошенных, 46.6% затруднились ответить.

Проведенный опрос выявил низкую информированность потребителей об экологических требованиях, предъявляемых к игрушкам. Респонденты не знают, что экологические требования предъявляются не только к конечной продукции, но и к процессам ее производства и утилизации. Для большей части респондентов понятие игрушки, соответствующей экологическим критериям, ассоциируется с игрушкой, безопасной для

физического здоровья ребенка, что свидетельствует о невысоком уровне развития экологического сознания, мышления и культуры. Такая ситуация складывается в результате отсутствия системного экологического образования на всех его уровнях. Тогда как в процессе экологизации образования зарубежом, осуществляемом уже достаточно длительное время, происходит смещение акцентов с контроля за состоянием природной среды к предотвращению ее загрязнения, тем самым формируя экологически ответственное поведение населения.

Системное экологическое образование способствует не только получению знаний в области экологии, но и формирует экологическое сознание, культуру, что, в свою очередь, может оказывать влияние и на покупательское поведение. В этом случае экологическая маркировка может быть инструментом стимулирования выпуска и потребления качественной и безопасной для человека и окружающей среды продукции, поскольку экологическую маркировку должна присваивать только независимая компетентная организация после успешной процедуры экологической сертификации, а экологическая сертификация охватывает весь жизненный цикл продукции – от добычи сырья до утилизации, определяя экологическую безопасность процессов производства.

## Литература

1. Технический регламент ТС 008/2011 «О безопасности игрушек» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/db/techreglam/Documents/TR%20TS%20Toys.pdf> (дата обращения: 18.09.2016).
2. Гайсина Д. А., Гильмутдинова Р. А., Дубинина Э. В., Закирова З. Р. Экологическая маркировка как подход к решению проблемы качества молочной продукции // Казанская наука. 2015. №10. С.117–119
3. Гильмутдинова Р. А., Дубинина Э. В. Экологические аспекты качества товаров // Актуальные вопросы университетской науки. Сборник научных трудов. – Уфа: БашГУ, 2016. С. 73–78.
4. Гильмутдинова Р. А., Закирова З. Р., Сандакова И. Е. К вопросу о безопасности игрушек // Казанская наука. 2013. №7. С. 67–69
5. Программа «Стратегические инициативы» от 17 марта 2013 года // [http://www.acgi.ru/media\\_attention/press\\_pack/video/1969/](http://www.acgi.ru/media_attention/press_pack/video/1969/) (дата обращения 02.10. 2016).
6. Стандарты и качество. Электронный журнал. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.riastk.ru/news/detail.php?ID=105101> (дата обращения 18.09.2016) <http://www.ria-stk.ru/news/detail.php?ID=105101> (дата обращения 18.09.2016).
7. Ферару Г. С. Экологическая маркировка продукции в контексте повышения экологической безопасности общества. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/>

ekologicheskaya-markirovka-produktsii-v-kontekste-povysheniya-ekologicheskoy-bezopasnostiobschestva (дата обращения 29.08.2016).

8. ГОСТ Р ИСО 14024–2000 Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа I. Принципы и процедуры. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200007256> (дата обращения 28.10.2016)
9. Экомаркировка – гарантия экологичности продукта/услуги потребителю [Электронный ресурс]. URL: <http://www.spp.spb.ru/en/node/2809> (дата обращения 28.10.2016)

Статья рекомендована к печати ИУБП БашГУ (докт. биол. наук, проф. Ю. А. Янбаев)

## Approaches to a solution of the problem of safety of toys for children

R. A. Gilmutdinova<sup>1\*</sup>, Z. R. Zakirova<sup>2</sup>, E. V. Dubinina<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Bashkir State University*

*32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Russia.*

<sup>2</sup> *Ufa state oil technical university*

*1 Kosmonavtov Street, 450062 Ufa, Russia.*

<sup>3</sup> *Ufa institute (branch) of REU of G. V. Plekhanov*

*177/3, Mendeleev Street, 450080 Ufa, Russia.*

*\*Email: rimma\_76@inbox.ru*

In work approaches to safety of toys for children are presented. and also results of a research of the relation of consumers to ecological marking as to the tool indicating safety of toys are presented.

**Keywords:** toys, safety of toys, psychological safety of toys, psychology and pedagogical examination, ecological safety of toys.