**МКОУ «Расховецкая средняя общеобразовательная школа»**

**Советского района Курской области**

**Внеклассное мероприятие**

**«Рациональное поведение потребителя»**

**Подготовила и провела :**

**учитель истории и обществознания**

**Грицкова Ольга Викторовна**

**2023г.**

**Тема:** Рациональное поведение потребителя

**Актуальность темы**

Современное общество можно смело назвать обществом потребления. За последние десятилетия количество приобретаемых материальных благ выросло в десятки раз. Потребление стало неотъемлемой частью каждой семьи и каждого человека и многие приобретают товаров гораздо больше, чем ему необходимо. Естественно, это выгодно производителям, но для общества в целом и для экологии, «перепотребление» скорее зло, нежели благо. К данной проблеме нужно привлекать внимание, как взрослых людей, так и подрастающее поколение.

**Вид урока:** урок-беседа

**Цель:** сформировать у учащихся навыки рационального экономического поведения.

**Задачи:**

*Образовательные:*

* Повысить интерес к обучению финансовой грамотности.
* Научить применять в жизни сформированные финансовые знания, умения, навыки.
* Раскрыть понятие и минусы «Общества потребления»
* Указать на возможные причины «сверхпотребления» современного общества
* Рассмотреть негативные последствия нерационального поведения потребителя

*Развивающие:*

* Продолжить обогащение словарного запаса детей новыми терминами и понятиями.
* Развивать речь, внимание, мышление.
* Развивать умение действовать согласовано.

*Воспитательные:*

* сформировать у учащихся полезные привычки, которые позволят экономить бюджет и принести пользу планете.
* Воспитывать разумный подход к использованию своего и семейного бюджета.
* Воспитывать чувство коллективизма.

**Методы обучения:**словесные (рассказ, беседа); практические.

**Необходимое оборудование:**наглядности, презентация «Рациональное поведение» раздаточный материал.

**План мероприятия (этапы):**

**I. Организационный момент.**

**II. Основная часть**

1. Что такое общество потребления?

2. Черты «общества потребления»

3. Как производители «заставляют» потреблять больше?

4.Анализируем задание «Потребитель». (задание выдается и выполняется учащимися заранее на 1 неделю до мероприятия. Может быть организовано в виде интернет опроса или в другой удобной форме, например, письменной форме)

5. Последствия «общества потребления»

6. Что такое «рациональное потребление»?

7. Задание-дискуссия

**III. Этап обобщения систематизации знаний и закрепление изученного/**

**Ход мероприятия**

*Организационный момент*

**Учитель:** Здравствуйте, ребята! Сегодня мы собрались, чтобы проверить свои знания по финансовой грамотности.

Грамотность потребителя – это тема для очень серьезного разговора. Актуальность ее возрастает по мере интеграции страны во Всемирную Торговую организацию. С переходом на принятые во всем мире правила взаимоотношений между покупателем, продавцом и производителем, роль государства в этом процессе уменьшается. Сегодня каждый должен быть грамотным потребителем, должен уметь отстаивать свои права. Насколько грамотно Вы будете вести себя с продавцом, настолько цивилизованной станет наша система торговли и общественного обслуживания населения.

1. **Что такое общество потребления?**

Общество потребления - понятие, обозначающее совокупность общественных отношений, организованных на основе принципа индивидуального потребления. Общество потребления характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок.

Сегодня нас практически везде окружают призывы покупать. Интернет, телевидение, радио, рекламные баннеры в стихах и красках рассказывают о том, без чего человек не может обойтись, а заодно и формируют образ успешного и модного человека, идущего в ногу со временем, находящегося в тренде. СМИ создают общественное мнение, ценности, потребности, определенные социальные нормы, к которым каждый из нас должен стремиться. Говоря проще, мы живем в обществе потребления.

**Давайте обсудим,** кто и как заставляет нас покупать больше, какие последствия имеет чрезмерное потребление для нашей культуры, нашего развития, здоровья и для планеты в целом.

**(обсуждение темы с учащимися)**

**Рассказ учащегося**

**История формирования общества потребления**

После Второй мировой войны и реализации «плана Маршалла» страны Запада вступили в полосу экономического подъёма. К 1960-м гг. промышленность крупнейшей капиталистической страны – США – выросла в полтора раза. Реальные доходы (с поправкой на инфляцию) в 1950-е гг. в Западной Европе выросли в два раза, а в США – более чем на пятую часть. Количество легковых автомобилей в США увеличилось за 1941–1959 гг. в два раза. Но за чертой официально признанного уровня бедности находилось 15 % населения США, хотя сам этот уровень был не самым бедным – 2 тыс. долларов в год.

Социальное государство, которое стали называть также «государством благоденствия», гарантировало от нищеты стариков и часть безработных. Беднейшие слои населения пополнялись прежде всего за счёт эмигрантов, стремившихся во что бы то ни стало попасть в богатейшие страны мира. В то же время всё более широкие слои рабочих, фермеров и служащих получали доступ к таким благам цивилизации, как канализация, водопровод, газовая плита, стиральная машина, телевизор, автомобиль и, наконец, собственный дом. Численность среднего класса росла. Корпорации, обеспечивавшие массовое производство товаров широкого потребления, боролись за расширяющийся потребительский рынок. Вездесущая реклама, кинофильмы, другие произведения массовой культуры и даже политические деятели пропагандировали всё новые достижения конкурирующих между собой фирм, будь то туристическое путешествие в Тропическую Африку или зубная паста. Товары изготовлялись с расчётом на частую их смену – после любой поломки или просто при изменении моды, диктовавшийся корпорациями. Чем чаще менялась мода, тем больше одежды, мебели, домов удавалось продать. Потребление жизненных благ становилось целью жизни людей. Оно обеспечивало процветание экономики, придавало вкус жизни после монотонного труда на заводе или в офисе, облегчало будни домохозяйки, определяло положение человека в обществе. К людям относились в зависимости от того, в каких магазинах они покупали вещи. Возник термин «общество потребления», который определял новую стадию в развитии государственно-монополистического индустриального общества. Эту стадию характеризовали рост благосостояния населения и зависимость жизни человека и страны от потребления как можно большего количества товаров.

Впоследствии подобные процессы происходят в других странах, и к сегодняшнему дню практически все развитые страны вовлечены в эту гонку потребления.

Общество потребления возникает в результате развития капитализма, сопровождаемого бурным экономическим и техническим развитием и такими социальными изменениями, как рост доходов, существенно изменяющий структуру потребления; снижение продолжительности рабочего дня и рост свободного времени; размывание классовой структуры; индивидуализация потребления.

Впервые термин «общество потребления» ввел немецкий социальный психолог, философ, психоаналитик Эрих Фромм.

1. **Черты «общества потребления»**

**Учитель вместе с детьми выделяют черты «общество потребления» обсуждают**

* Конкуренция потребителей

Конкуренция производителей порождает конкуренцию потребителей. Человек в обществе потребления стремится потреблять так, чтобы, с одной стороны, быть «не хуже других», а с другой — «не сливаться с толпой». Индивидуальное потребление отражает не только социальные характеристики потребителя, являясь демонстрацией его социального статуса, но и особенности его индивидуального образа жизни

* Развитая система кредитования

Появляется развитая система кредитования, банковские карточки, дорожные чеки, карты постоянных покупателей и т. п. Всё это ускоряет процесс принятия решения при покупках.

Система кредитования превращается в основу социального контроля, когда благополучие основывается на вещах, приобретённых в кредит, и зависит от стабильного заработка. Помимо прямых кредитов, потребитель оплачивает стоимость кредитов производителей.

* Возрастающая роль рекламы

Экономическая система тесно переплетается с культурой потребления. Бизнес производит такие феномены культуры, как вкусы, желания, ценности, нормы поведения, интересы. Важную роль в этом играет реклама, проникающая в самые глубокие слои сознания. Рекламируются все категории товаров и услуг. Реклама занимает все большие площадки. Мы сталкиваемся с рекламой не только по радио, телевидению, на плакатах и витринах, но и повсеместно в интернете, где на сегодняшний день проводят большую часть времени взрослые и молодежь. Для каждого возраста система рекламы прорабатывает свои площадки. Это целая индустрия, которая вносит весомый вклад в развитие «общества потребления»

* Ускорение моды (товары быстро теряют актуальность)

Вещи обесцениваются и устаревают быстрее, чем физически изнашиваются. Вводится планомерная смена одних поколений вещей другими. В обществе потребления человек, «отставший от моды», чувствует себя символически бедным.

* Маленькие магазины заменили супермаркеты и торговые центры
* Шопинг превратился в вид досуга

В торговле и сфере обслуживания уменьшается роль мелких магазинов. Главную роль начинают играть крупные торговые центры и супермаркеты. Широкое распространение приобретает посещение магазинов и покупки, которое становится популярной формой досуга и самоцелью (когда товары приобретаются не в связи с практической необходимостью, а для некоего морального удовлетворения, «покупки ради покупок»).

* Огромный выбор товаров и услуг

Сегодня мы можем ходить весь день и выбирать новые сапоги, от числа брендов и моделей кружится голова, и мы имеем возможность выбора в разных ценовых категориях. Данную черту можно отнести к положительной, ведь возможность выбора сама по себе не заставляет нас покупать лишние товары. Однако, купив один товар, мы вполне вероятно, захоти еще. И пусть мы уже купили сапоги, но ведь есть еще много красивых моделей, а желания и потребности человека, как известно, безграничны.

* Развитие интернета и цифровых технологий

Современные потребители перешли на просторы интернета. Практически каждая фирма и каждый производитель организовал продажу своего товара через интернет. Популярности данному виду покупок добавила пандемия коронновируса. Сеть доставок, товаров, еды, услуг образования и других онлайн сервисов резко расширилась. Казалось бы, люди сидят дома и рост покупок должен сократиться, но потребители просто «перешагнули» в другую систему покупок. В некоторых случаях даже стали покупать больше.*Вспомните гречку и туалетную бумагу*

* Увеличение стоимости товаров «за брэнд»

Когда товары «известных» фирм могут стоить гораздо дороже ничем не отличающихся от них аналогов.

* Потребление ориентируется не на необходимость, а на мечту, идеал.

Товары покупаются не по мере необходимости, а руководствуясь своими желаниями. Мы формируем в своем сознании некий идеальный образ: внешний и образ жизни. Например, у человека есть все необходимое: квартира, мебель, одежда, еда, предметы первой необходимости. Но он хотел бы жить красиво, обновить интерьер, сделав его более современным, купить модную одежду, сделать свежую прическу, купить популярную модель телефона. В своих мыслях, он стремиться к некому идеалу и готов влезть в кредит или потратить внушительную сумму, чтобы этого идеала достичь. Другой вопрос, как формируется этот идеал, или кто его формирует

1. **Как производители «заставляют» потреблять больше?**

**Есть множество уловок и маркетинговых ходов, цель которых – заставить покупателей тратить больше и зачастую покупать то, что им совершенно не нужно. Рассмотрим некоторые из них:**

* **«Магические девятки»**

Эта цена воспринимается как более низкая по сравнению с круглой цифрой. Ученые объясняют данный эффект тем, что мы читаем слева направо, и первая цифра в цене резонирует с нами больше всего. Бессознательно наш мозг воспринимает цену в «499 рублей» ближе к 400 рублям, чем к пятистам.

Сила «магических девяток» в стоимости была продемонстрирована в одном исследовании: взяли один и тот же предмет женской одежды и назначили ему разные цены: 34 доллара, 39,99 долларов и 44 доллара. Поразительно, но самой популярной у покупателей оказалась одежда стоимостью в 39,99 долларов, хотя она была на шесть долларов дороже, чем самый дешевый вариант.

* **Грубые продавцы**

Считается, что продавец должен быть предельно вежливым и дружелюбным. Однако, чем грубее персонал в роскошных магазинах, тем больше будет прибыль. По сути, люди, которые делают покупки в магазинах класса люкс, хотят вписаться в высший свет. Такие покупатели считают, что продавец ведет себя пренебрежительно, потому что они еще не обладают статусными вещами, и нужно побыстрее приобрести их, чтобы стать частью элиты. Следует отметить, что подобный принцип не работает для массового потребителя в обычных магазинах.

* **Хитрости супермаркетов**

 Лабиринт прилавков

Мелкая плитка

Вкусные запахи

Дешевые товары при входе

Приманки у касс

Открытые прилавки кухни

Дорогие товары на уровне глаз

Взгляд ребенка

Медленная музыка

Распродажи

Иностранный язык

Правильное освещение

Сопутствующие товары

Товары первой необходимости в глубине магазина

* Скидки и бонусы
* Вирусные акции (скрепыши, наклейки, фишки и т.д.)
* Закрытие магазинов
* Распродажи
* Обновленные версии техники и автомобилей.

1. **Задание для учеников «Потребитель»**

Анализируем полученные данные учащихся, делаем выводы по сказанному.

**Попробуйте проанализировать себя и свою семью, как потребителей:**

Сколько раз в неделю вы ходите в магазин?

Как часто заказываете готовую еду?

Приобретаете ли вы только необходимые товары, или те, которые захочется?

Всю ли имеющуюся у вас одежду и обувь вы носите?

Совершаете ли вы импульсивные покупки?

Сравниваете ли вы цены на товары в разных магазинах, прежде чем купить его?

Покупаете ли вы товары, которые активно рекламируются?

Составляете ли вы список покупок, перед походом в супермаркет?

Если вещь ломается, вы ремонтируете ее, или приобретаете новую?

Бывает ли так, что купив новую вещь, вы радуетесь ей несколько дней, а после забываете про нее и хотите новую?

Утилизируете ли вы старую одежду?

Раздельно ли вы выбрасываете мусор?

Часто бывает, что вы готовите еды больше, чем нужно и остатки выбрасываются?

1. **Последствия «общества потребления»**

— *Патриарх Кирилл:*

*«Простые люди покупают вещь — и радуются. А безудержное потребление убирает эту радость… Человек себя обкрадывает. Если все общество встанет на путь такого безудержного потребления, то и земля наша, ресурсы её этого не выдержат! Уже доказано, что если средний уровень потребления будет такой, как в США, то основных ресурсов хватит всего на 40-50 лет. Бог не дал нам ресурсов, чтобы всем жить так. А если все не могут жить так — что означают эти колоссальные имущественные диспропорции?»*

Общество потребления делает человека зависимым, несамостоятельным.

Основной целью индивидуума становится потребление, а упорная работа, учёба, повышение квалификации представляют собой лишь побочный эффект.

Основой общества потребления являются природные ресурсы, большинство которых относится к невосполнимым.

Общество потребления существует исключительно в высокоразвитых странах, в то время как страны третьего мира используются в качестве сырьевого придатка и поставщика дешёвой рабочей силы.

В обществе потребления поощряется ускорение процессов. В том числе ускоряются отрицательные, разрушительные процессы.

В обществе потребления снижается юридическая ответственность отдельного человека. Так, например, за загрязнение окружающей среды выбросами заводов санкции можно предъявить только производителю, но не потребителю товаров, при производстве которых происходило загрязнение. Потребитель лишь оплатит более высокую цену, но не будет считаться нарушителем закона или заказчиком преступного деяния.

Моральные ценности общества потребления отрицают необходимость всестороннего умственного, нравственного и духовного развития человека. Это ведёт к деградации их как личностей, упадку массовой культуры.

Людьми становится легче управлять. Поэтому производители заинтересованы в «глупости» людей. Дело в том, что, на­чи­тав­шись книг, об­ра­зо­ван­ный че­ло­век ста­но­вит­ся худ­шим по­ку­па­те­лем. От этого стра­да­ет эко­но­ми­ка об­ще­ства по­треб­ле­ния и, пре­жде всего, до­хо­ды хо­зя­ев жизни.

Бесконтрольное потребление (если мы говорим о продуктах питания0 приводит к проблемам со здоровьем

«Жизнь в кредит» - многие не имея никаких сбережений, позволяют себе тратить деньги, которые еще не заработали на товары, которые им совершенно не нужны, загоняя себя в долговую яму.

1. **Что такое «рациональное потребление»?**

Рациональное поведение - это поведение, которое предполагает сопоставление результатов действий с затратами. Принцип рациональности позволяет выбирать решения, дающие наибольшие результаты при минимальных затратах ресурсов.

Рациональное поведение зависит от экономической культуры.

Рациональное потребление — это не про ограничения, а про приятные компромиссы с планетой. «Я не ущемляю себя, беру столько, сколько мне нужно, — но не больше». Это трудно, когда на полках в масс-маркет магазине лежит пять разных футболок, и все — дешевые. И можно взять хоть каждую из них, — ну и что, что половина будет лежать в шкафу? Это же так просто и недорого!

Разумное потребление как раз-таки в том, чтобы взять из этих пяти только те футболки, которые правда тебе нужны и которые оправдают ресурсы, затраченные на производство.

А часто для разумного потребления не обязательно даже отказываться от чего-то — достаточно просто заменить «привычный путь» на более экологичный аналог.

Решением проблемы чрезмерного потребления является переход к модели циркулярной экономики. Это означает отказ от модели «забрать, изготовить, выбросить» к модели, в которой отходы не выбрасываются из системы, а повторно используются и регенерируются. Это в свою очередь означает более эффективное использование меньшего количества ресурсов, а также разработку и производство изделий, которые можно ремонтировать, использовать повторно или переделывать.

**Ответственное потребление**

Существуют реальные способы стать ответственными потребителями:

- Обдуманно совершать покупки

- Рационально расходовать природные ресурсы

- Снижать объем производства отходов, путем принятия мер по предотвращению их образования.

- Разделять и сдавать на переработку отходы

- Сдавать ненужные подержанные вещи в комиссионные магазины или благотворительные организации и др.

Это в значительной степени позволит уменьшить будущие экономические, экологические и социальные издержки, повысит экономическую конкурентоспособность и сократит уровень нищеты.

1. **Задание-дискуссия**

**Если бы у вас забрали все ваши вещи, но разрешили оставить любые 20, какие из вещей вы бы оставили (почему)?**

1. **Этап обобщения систематизации знаний и закрепление изученного**

**Что можете изменить именно вы?**

* Перед очередной покупкой (или просьбой о покупке родителей), подумайте: действительно ли эта вещь мне нужна?
* Покупайте качественные товары, которые прослужат вам долго
* Перед походом в магазин напишите список необходимых продуктов. Планирование - самый простой способ избежать покупки ненужных вещей и еды, которая может испортиться быстрей, чем вы ее съедите.
* Бережно относитесь к своим вещам, цените их (при необходимости – ремонтируйте)
* Не выбрасывайте хорошие вещи, которые стали не нужны – продайте!
* Экономно расходуйте электроэнергию и воду.
* Не гонитесь за брэндами и модой, приобретайте то, что нужно и подходит именно вам.
* Сравнивайте цены в разных магазинах перед крупной покупкой
* Учитесь экономить и копить

**Создание индивидуальной книжки-памятки**

Учитель раздает ученикам заготовки карманных книжечек, которые складываются специальным образом своими руками. Книжечки содержат памятку тех знаний, которые были получены на уроке и несколько заданий для самостоятельного выполнения в качестве домашнего задания («карманные книжечки» – см. Приложение 1)