



Фінансова
грамотність

4 клас



ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА

Навчальний посібник
для вчителя

ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА

4 клас

**Навчально-методичний посібник
для вчителя**

*За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора Т. С. Смовженко*

Київ
УВС НБУ
2015

УДК 336:373.3(075.8)
ББК 65.261:74
Ф59

*Схвалено для використання в загальноосвітніх навчальних закладах
комісією з педагогіки та методики початкового навчання
Науково-методичної ради з питань освіти Міністерства освіти і науки України
(лист ІТЗО № 14.1/12-Г-379 від 03.06.2015)*

Рецензенти:

Б. І. Пшик – доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки
Львівського інституту банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ);

О. Я. Митник – доктор педагогічних наук, кандидат психологічних наук,
завідувач кафедри практичної психології
Інституту педагогіки і психології НПУ імені М. П. Драгоманова;

І. М. Вітенко – кандидат географічних наук,
доцент кафедри методики викладання навчальних предметів і освітнього менеджменту
Тернопільського обласного комунального інституту післядипломної педагогічної освіти;

А. В. Недашківська – старший учитель ліцею № 100 «Поділ» м. Києва.

Експерти:

Л. В. Йолкіна – кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української літератури
Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова;

Н. Є. Пархоменко – заступник директора з навчально-виховної роботи
спеціалізованої школи № 194 «Перспектива» м. Києва.

Гривника і Копійку намалював *Роман Росіцький*.

Фінансова поведінка. 4 клас : навч.-метод. посібник для вчителя
Ф59 / О. Б. Рябова, Л. Я. Криховець-Хом'як, Л. І. Чарторинська, Г. Ф. Древаль
; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. С. Смовженко. – К. : УБС НБУ,
2015. – 123 с.
ISBN 978-966-484-253-9

Навчально-методичний посібник для вчителя «Фінансова поведінка» (4 клас)
укладено відповідно до навчальної програми курсу за вибором для учнів 4 класу загально-
освітніх навчальних закладів, рекомендованої Міністерством освіти і науки України.

Видання містить навчально-методичні матеріали для вчителя, що розкривають
суть категорій з курсу фінансової грамотності, які органічно поєднуються з опануванням
учнями основних громадянських, соціальних та загальнокультурних компетенцій. У
посібнику пропонуються інтерактивні вправи, які сприятимуть психічному і соціальному
особистісному розвитку дитини, її становленню як громадянина, формуванню фінансової
та споживчої культури та соціальній адаптації молодших школярів в умовах ринкового
середовища.

Навчально-методичний посібник призначений на допомогу вчителям початкової
школи для організації навчальної роботи з учнями на всіх етапах навчального процесу.

УДК 336:373.3(075.8)
ББК 65.261:74

ISBN 978-966-484-253-9

© О. Б. Рябова, Л. Я. Криховець-Хом'як,
Л. І. Чарторинська, Г. Ф. Древаль, 2015
© Університет банківської справи
Національного банку України (м. Київ), 2015

ЗМІСТ

Шановні колеги! 4

Розділ I. Я – НЕПОВТОРНА ОСОБИСТІСТЬ 5

Урок 1. ЩО ТАКЕ ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ЛЮДИНИ 6

Урок 2. Я І МОЇ СИЛЬНІ СТОРОНИ (ХАРАКТЕР, ЗДІБНОСТІ,
ЗАХОПЛЕННЯ) 12

Урок 3. ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В ПОВЕДІНЦІ ЛЮДИНИ 18

Урок 4. ОСОБИСТА ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА 25

Розділ II. Я І НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ..... 33

Урок 5. Я – СПОЖИВАЧ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА 34

Урок 6. ЩО ВПЛИВАЄ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА 40

Урок 7. ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ 47

Урок 8. ВПЛИВ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА НА ДОВКІЛЛЯ 54

Розділ III. Я В СУСПІЛЬСТВІ 63

Урок 9. СПІЛКУВАННЯ МІЖ ЛЮДЬМИ. ПРАВИЛА
СПІЛКУВАННЯ У ФІНАНСОВИХ СТОСУНКАХ 64

Урок 10. ПОВЕДІНКА МІЖ ПРОДАВЦЕМ І ПОКУПЦЕМ.
ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО КУПІВЛЮ ТОВАРУ 73

Урок 11. ПРАВИЛА ПОВЕДІНКИ У ФІНАНСОВИХ УСТАНОВАХ 83

Розділ IV. Я В ДЕРЖАВІ 89

Урок 12. ПРАВА І ОBOB'ЯЗКИ У ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИНАХ 90

Урок 13. ПОДАТКОВА ОСВІЧЕНОСТІСТЬ ЛЮДИНИ 96

Урок 14. СУЧАСНЕ БЛАГОДІЙНИЦТВО – ЗВ'ЯЗОК ЛЮДИНИ
І ГРОМАДИ 102

Розділ V. Я У СВІТІ 109

Урок 15. Я У СВІТІ ПРОФЕСІЙ 110

Урок 16. ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА У СВІТІ ЛІТЕРАТУРНИХ
ГЕРОЇВ 117

Основні позначки



Напишіть завдання



Відповідайте на питання



Прочитайте текст



Фізкультхвилинка



Подивіться відео



Запам'ятайте!

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Особистості не входять готовими у цей світ,
а є продуктами культури і обставин.

К. Ламонт

Відомо, що в ранньому віці в дитини закладаються основи її культури, зокрема формуються поведінка і культура спілкування. Протягом життя людина постійно вдосконалює свою особистісну культуру. До цього її спонукає бажання постійно відкривати щось нове в навколишньому світі, щоб відповідно до обставин формувати свою поведінку.

Фундамент особистісної культури відповідає загальнолюдським духовним цінностям, які не підвладні часу, оскільки є надбанням історії людства. Те, що називають культурою, зашифровано в усьому багатстві цінностей, норм, традицій, звичаїв, прав і обов'язків людини тощо. Культура, до якої долучається дитина, – різнобічна.

Культура життєвого самовизначення, культура праці, правова культура, інтелектуальна і моральна культура, екологічна культура, культура спілкування, гармонійно переплітаючись, формують відповідну поведінку людини, у тому числі й фінансову.

Курс «Фінансова поведінка» забезпечує формування громадянської соціальної та загальнокультурної компетентностей учнів на основі засвоєння ними базових фінансових знань і відпрацювання практичних навичок фінансової та споживчої культури, що сприяє психічному і соціальному особистісному розвитку дитини, її становленню як громадянина та соціальної адаптації молодших школярів в умовах ринкового середовища.

У курсі «Фінансова поведінка» розширюються знання, отримані у другому-третьому класах, та узагальнюється отримана інформація набуттям практичних навичок відповідно до віку школяра 9–10 років.

Навчально-методичний посібник допоможе вчителю цікаво і продуктивно провести уроки з курсу «Фінансова поведінка», а також розширить його знання в економічній та фінансовій сферах.

З повагою автори

РОЗДІЛ І

Я – НЕПОВТОРНА ОСОБИСТІСТЬ

Урок 1. ЩО ТАКЕ ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ЛЮДИНИ

Мета уроку

Формування уявлення про особистість; визначення ролі людини у фінансових стосунках; визначення на прикладах складових фінансових відносин; моделювання життєвих ситуацій і вибір оптимальних форм фінансової поведінки.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	роль людини у фінансових стосунках.
<i>Визначає:</i>	на прикладах складові фінансових відносин.
<i>Моделює:</i>	життєві ситуації й обирає оптимальні форми фінансової поведінки.

Орієнтовний план уроку

1. Людина-особистість, поведінка людини, фінансова поведінка, фінансові відносини.
2. Роль фінансової поведінки у житті людини.
3. Грамотна фінансова поведінка як складова життєвого успіху людини.

Ключові тези

- Людина-особистість – це характеристика людини, що проявляється в різних видах діяльності.
- Фінанси – це гроші, грошові справи.
- Фінансова поведінка людини – це вміння поводитися з грошми.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вправа «Мікрофон»

Використовуючи вправу «Мікрофон», учитель разом з учнями дають визначення поняттю «людина-особистість».

Слово «ОСОБИСТІСТЬ» учитель записує на дошці і учні шляхом «мозкового штурму» до кожної букви слова добирають риси, які варто мати людині, аби бути особистістю (причому букви можуть бути як на початку, так і всередині слова), наприклад:

оригінальність
самостійність у прийнятті рішень
обов'язковість
беручий до роботи
переконливість у своїх можливостях
самовідданість у будь-якій справі
талановитість
ініціативний
самоповага
творчий у діяльності
толерантність у стосунках з іншими людьми

Учні по черзі називають з обраних рис ті, які є притаманними для кожного, і позитивні риси характеру, які вони хочуть у собі сформувати.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ

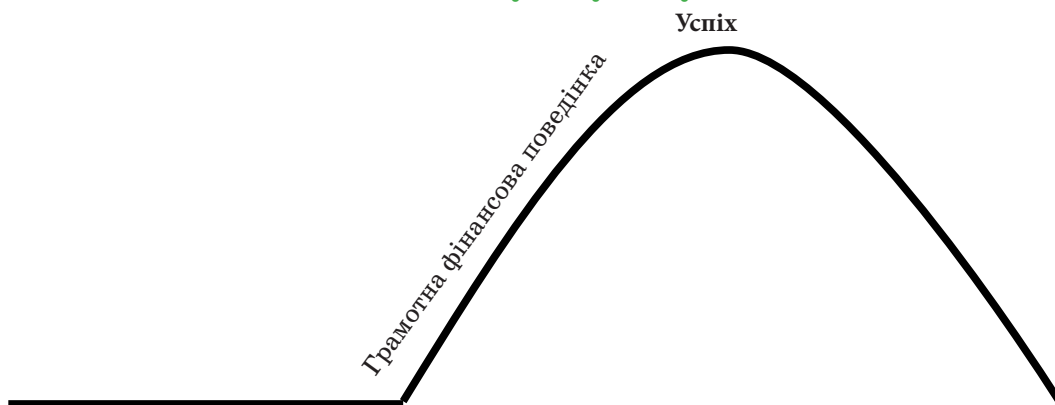


Учні виконують завдання.

1. Що таке фінанси? Дайте відповідь одним словом (гроші).

Поведінка людини – це її дії, поводження. Фінансова поведінка людини – це вміння поводитися з грошми.

2. Намалюйте себе на шляху до успіху.



Щоб досягти життєвого успіху, кожній людині потрібні характерні тільки їй дії, вчинки, старання. Наприклад, щоб стати піаністом-віртуозом, потрібно багато часу займатися музикою. Щоб стати відомим спортсменом – тренуватися щоденно. А щоб досягти вершин програмування – знати математику. Кожний з нас щоденно тримає в руках гроші. Адже і артистові, і спортсменові, і програмістові та іншим людям потрібне комфортне життя, прибуткова робота, кар'єрний ріст. Цього не можна досягти, коли в людини відсутня грамотна фінансова поведінка, коли вона не вміє управляти власними коштами.

3. Ви навчаєтеся у 4 класі. Усе необхідне вам купують батьки, але вони також дають вам кишенькові гроші. На що ви їх витрачаєш кожного дня? Запишіть. _____

Закресли слова, що називають речі, без яких ви можете обійтися.

4. Якщо ви будете економити, то за місяць у вас набіжить «кругленька сума». За рік можна назбирати кошти на суттєву покупку. Опишіть її трьома-чотирма реченнями.

5. Прочитайте, підкресліть правила, які ви зможете виконувати.



ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

Існує шість правил фінансово успішної людини:

- 1-ше – вставай рано;
- 2-ге – багато працюй;
- 3-тє – знайди справу свого життя;
- 4-тє – використовуй усі щасливі випадки;
- 5-тє – будь активним;
- 6-тє – постійно навчайся, розвивайся.



Фізкультхвилинка

6. Брак грошей – це відсутність мети мати гроші. А у вас є мета на майбутнє? Запишіть її, і вона обов'язково здійсниться _____

Запам'ятай! *Рекомендує Копійка*



У природі не існує миттєвого успіху. Усі відомі люди: письменники, актори, співаки, бізнесмени, зазвичай, долали тернистий шлях до фінансового успіху.

потрібен час. Він у тебе є. Отже, не марнуй свого часу. Білл Гейтс витратив роки на вивчення комп'ютерного програмного забезпечення, перш ніж досяг фінансового успіху. Відомий баскетболіст Майкл Джордан на початку своєї кар'єри не набрав жодного очка у грі. Він роками займався баскетболом. Завдяки своїй цілеспрямованості він став професіоналом і досяг фінансового успіху.

7. Хто з відомих людей є вашим зразком для наслідування і чому? Запишіть. _____

8. Заповніть пелюстки квітки (рис. 1.1), записавши свої дії для майбутнього успіху.

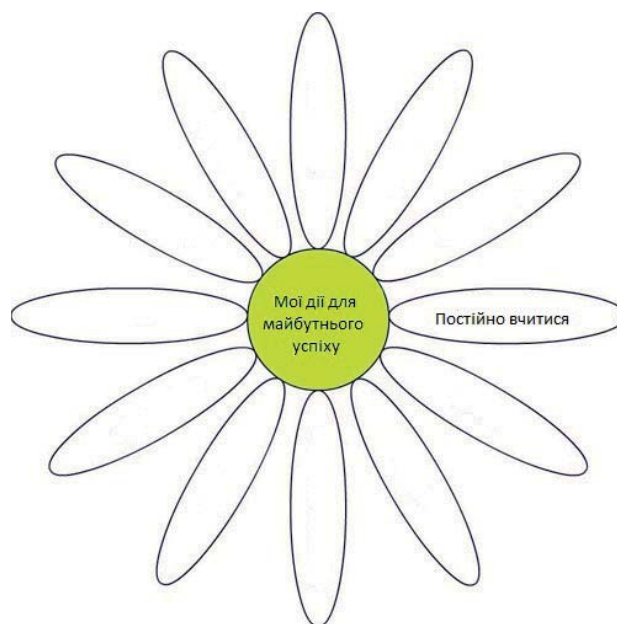


Рис. 1.1. Квітка майбутнього успіху

Тест «Художник» чи «мислитель»

Учитель проводить тести на визначення особистісних характеристик, наприклад: домінантності півкуль головного мозку. «Художник» чи «мислитель»?

Оцініть висловлювання за шкалою від 1 до 10 балів.

1. У мене переважає добрий настрій.
2. Я пам'ятаю, чого навчився рік тому.
3. Прослухавши декілька разів мелодію, я можу правильно відтворити її.
4. Коли я слухаю розповідь, то уявляю її в образах.
5. Я вважаю, що емоції в розмові лише заважають.
6. Мені важко дається математика.
7. Я легко запам'ятовую незнайомі обличчя.
8. У групі товаришів я першим починаю розмову.
9. Якщо обговорюють чийсь ідеї, я вимагаю доказів.
10. У мене переважає поганий настрій.

Підрахуйте суму балів окремо для запитань:

1, 2, 5, 8, 9 – ліва півкуля

і запитань:

3, 4, 6, 7, 10 – права півкуля.

Якщо різниця більше ніж на 5 балів, переважає ліва півкуля, у вас логічний тип мислення і є здатність до точних наук, а якщо, навпаки, переважає права півкуля – то ви особистість художнього типу.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що ви розумієте під поняттям «фінанси»?
2. У чому проявляється поведінка людини?
3. Назвіть кілька правил правильної фінансової поведінки людини.



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Людина-особистість – це характеристика людини, що проявляється в різних видах діяльності.
2. Фінанси – це гроші, грошові справи.
3. Фінанси – сукупність грошових коштів держави.
4. Поведінка людини – це її дії, поводження.
5. Фінансова поведінка людини – це вміння поводитися з грошми.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Особистість і її формування в молодшому шкільному віці

Коли ми говоримо «молодший школяр», то в це поняття включаємо вік дитини від шести до 10 років. У цьому віці в нього започатковується новий вид діяльності – навчання. Саме той факт, що він стає учнем, людиною, особистістю, накладає абсолютно новий відбиток на весь його психологічний образ, на всі сторони його поведінки.

Під впливом нової, навчальної діяльності змінюються характер мислення дитини, її увага і пам'ять. Поведінка набуває рис довільності, осмисленості, здатності наслідувати певні правила, норми поведінки. Нове для дитини становище в суспільстві – становище людини, яка зайнята суспільно важливою діяльністю. Тобто навчання спричиняє зміни у відносинах з іншими дітьми, з дорослими. Важливим є те, як дитина оцінює себе та інших. Формується її світогляд, складається коло моральних, ідейних уявлень і понять. Збагачується світ її почуттів, естетичних переживань, ширшими стають захоплення: трудові, художні, спортивні.

Тому на цьому етапі потрібно враховувати високий темп розвитку учнів початкових класів, що вимагає якнайширшого залучення їх до

активної навчальної й громадської діяльності. Початкова школа мусить використовувати кожен момент своєї роботи не тільки для того, щоб дати учням знання, а й для того, щоб формувати в них фінансові, соціальні та загальнокультурні компетентності, виховувати грамотне ставлення до особистих фінансів і позитивне ставлення до самого себе як невід'ємної складової соціальної спільноти.

Споживча соціалізація дітей: соціологічний вимір

Важливим аспектом культури споживання є процес споживчої соціалізації, зокрема дітей.

Установлено, що більшість населення вважає за потрібне доручати дітям купівлю товарів. Найоптимальнішим для цього є молодший шкільний вік. Серед основних причин залучення дітей до придбання товарів дорослі українці вважають такі: навчити здійснювати вибір, приймати оптимальне рішення, сформувані знання про товари, їхні види, ціни, а також виховати відповідальність, почуття обов'язку перед сім'єю.

У межах проведеного опитування щодо кишенькових грошей, а саме: з якою метою батьки дають дітям кишенькові гроші і в якому розмірі, – виявилось, що серед респондентів, у домогосподарствах яких проживають неповнолітні діти, майже 30% опитаних вважають за потрібне давати дітям кишенькові гроші, оскільки це допоможе їм навчитися самостійно приймати купівельні рішення; 25% висловлюються, що це навчить дітей ощадливості, розумно витрачати кошти. У середньому дітям на тиждень дають майже 50 грн. Виявлено, що існує залежність між величиною кишенькових грошей і віком дітей, які проживають у домогосподарстві. Тобто що старші діти, то більше кишенькових грошей вони отримують у власне розпорядження.

Джерело: <http://mydisser.com>.

Урок 2. Я І МОЇ СИЛЬНІ СТОРОНИ (ХАРАКТЕР, ЗДІБНОСТІ, ЗАХОПЛЕННЯ)

Мета уроку

Ознайомлення з поняттями: характер, захоплення, здібності; формування уявлення про позитивні і негативні риси характеру людини; виховання активної життєвої позиції через навчальну і позакласну діяльність.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Розуміє: поняття: характер, захоплення, здібності.

Розрізняє: позитивні і негативні риси характеру людини.

Розширює: коло своїх здібностей через навчальну і позакласну діяльність.

Орієнтовний план уроку

1. Характер, здібності, захоплення (хобі).
2. Риси характеру успішної людини.
3. Здібності і захоплення як передумови у виборі майбутньої професії.

Ключові тези

- Характер – вдача людини, її особисті риси поведінки і діяльності.
- Здібності – мати талант до чогось.
- Захоплення – узагальнена назва улюблених занять або розваг, до яких вдаються у вільний час.
- Риси характеру успішної людини: наполегливість, старанність, сміливість, товаристкість, ініціативність тощо.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні звиконують завдання.

1. Дайте відповідь на запитання.
Яке зараз ваше головне завдання? (навчання)



А у вільний від навчання час у вас є свої улюблені заняття, захоплення, розваги – тобто ваше хобі. Раніше словом «хобі» називали мисливського сокола, якого для полювання використовувало середньовічне дворянство. Хобі урізноманітнює наше життя, наповнює його приємними емоціями. Наприклад, багато жінок у вільний від роботи час в'яжуть, шиють, вишивають. Деякі люди колекціонують марки, книги, монети, іграшки, антикваріат. Дехто вирощує квіти, розводить породистих собак, кішок тощо. Багато людей займаються танцями, спортом, подорожують, полюють, рибалять. Будь-яке хобі може стати невеликим бізнесом і приносити прибутки.

А яке ваше хобі? Запишіть про своє хобі 3–4 реченнями і намалюйте відповідний малюнок (гра на музичному інструменті, малювання, танці, гра в шахи, футбол тощо).

2. Уявіть, що перед вами – склянка з водою, вода займає половину склянки. Підкресліть правильну, на вашу думку, відповідь.

- Склянка наполовину повна.
- Склянка наполовину порожня.

Якщо ви підкреслили перший варіант, то ви – оптиміст, а оптимізм – важлива риса характеру для того, щоб стати успішним. Якщо ви підкреслили другий варіант, то ви – песиміст. Вам потрібно змінювати напрям своїх думок і вміти шукати позитив.

Є багато рис характеру, які допомагають успішній людині: зосередженість на конкретному завданні; наполегливість, тобто вміння долати невдачі, труднощі; упевненість у тому, що все вдасться; ясність намірів, тобто людина знає, чого хоче досягти.

Звичайно, у вашому житті були випадки, коли ви починали якусь справу і за деякий час цю справу успішно завершили.

3. Запишіть, які особисті риси характеру допомогли вам успішно завершити справу (цілеспрямованість, наполегливість, працьовитість, віра в перемогу тощо).

У записаному ряді рис характеру підкресліть найважливішу, на вашу думку, рису характеру.



Фізкультхвилинка

4. Ви навчаєтесь у 4 класі. У вашому житті з'являються і зникають якісь захоплення, інтереси, але у вас вже є улюблені предмети. Запишіть їхні назви. _____

5. Якщо ви й надалі вдосконалюватимете свої знання і вміння з цих предметів, можливо, вони будуть пов'язані з вашою майбутньою професією. Намалюйте, ким ви бачите себе в майбутньому.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що ви розумієте під поняттям «характер»?
2. Назвіть основні риси свого характеру? Чи допомагають вам у житті ці риси характеру?
3. Назвіть свої захоплення.
4. Як ви думаєте, чи можуть ваші захоплення стати майбутньою професією?



ПІДСУМКИ



Підбиває Копійка

1. Характер – вдача людини, її особисті риси поведінки і діяльності.
2. Здібності – мати талант до чогось.
3. Захоплення – узагальнена назва улюблених занять або розваг, до яких вдаються у вільний час.
4. Риси характеру успішної людини: наполегливість, старанність, сміливість, товаристкість, ініціативність тощо.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Притча про зневіру

Багато років тому Диявол вирішив похвалитися і виставив на загальний огляд усі інструменти свого ремесла. Він акуратно склав їх у скляній вітрині і прикріпив до них ярлики, щоб усі знали, що це таке і яка вартість кожного з них. Що це була за колекція! Тут були і блискучий Кинджал Заздрості, і Молот Гніву, і Капкан Жадібності. На полицях були любовно розкладені всі знаряддя Страху, Гордині і Ненависті. Усі інструменти лежали на красивих подушечках і викликали захоплення кожного відвідувача Пекла.

А на найдальшій полиці лежав маленький непоказний і досить пошарпаний дерев'яний клинок з ярликом «Зневіра». На диво, він коштував більше, ніж усі інші інструменти разом узяті.

На питання, чому Диявол так високо цінує цей предмет, той відповів:

– Це єдиний інструмент у моєму арсеналі, на який я можу покластися, якщо всі інші виявляться безсилими, – і він з ніжністю погладив дерев'яний клин. – Але якщо мені вдається вбити його в голову людини, він відчиняє двері для всіх інших інструментів.

Джерело: <http://samorozvytok.info>.

Про особисті здібності

Третину життя людини йде на сон і ще стільки ж – на трудову діяльність. Увесь інший час ви можете проводити так, як хочеться, проявляючи свою індивідуальність і характер. Заняття, яке ви обираєте як вільне, називається хобі, або захопленням. Якщо вам не вдається вибрати його інтуїтивно, вивчіть свої потреби і вдачу.

Залежно від спрямованості ви віддаєте перевагу або галасливій компанії та великим спітовариствам (зовні), або усамітненню (всередину).

Інтровертам часто підходять спокійні види захоплень: колекціонування, моделювання, вишивка, шиття, малювання, робота з технікою. З рухомих рекомендовані йога, гімнастика, танці.

Екстраверти підсвідомо обирають активні хобі: екстремальні види спорту, подорожі з компаніями тощо.

Визначте спрямованість свого розуму: гуманітарій, науково-технічний, математико-аналітичний, образний тощо. Гуманітарії можуть займатися літературою: писати вірші і прозу, журналістські статті та інше. Техніки можуть зайнятися авіамоделюванням або радіоапаратурою. Володарям творчого мислення підходять захоплення, пов'язані з мистецтвом: живопис, література, музика, танець або щось інше, залежно від особистих переваг і схильностей. Аналітичний розум – хороша база для занять веб-програмуванням і створенням сайтів.

Джерело: <http://yak-prosto.com>.

Ваше хобі

Хобі для душі. Для величезної кількості людей найкраще хобі – це рукоділля. Це один із найпопулярніших методів боротьби з нудьгою і стресом. Також таке хобі відмінно допоможе реалізувати свої творчі потреби.

Щоб вибрати, чим займатися в цьому напрямі, варто прислухатися до своїх інтересів і спробувати щось зробити – вишити картину нитками або стрічками, сплести з бісеру браслет або зв'язати невеличкий шарфик. Багато умільців, стаючи майстрами своєї справи, тішать приємними сюрпризами з приводу свят або просто без приводу своїх друзів і знайомих, презентуючи свої роботи. Але, крім цього, дуже часто таке хобі можна зробити основним джерелом доходу.

Усі жінки люблять квіти і багато з них захоплюються садівництвом, тому щоб зайняти себе у вільний час, можна як хобі обрати квітникарство. Квіти завжди прикрашають будинок, і до того ж кімнатні рослини роблять повітря чистішим. А якщо вирощувати домашні лікувальні рослини, наприклад, алое, то можна зберегти відмінне здоров'я на довгі роки, адже багато з них лікують різні недуги. Якщо у вас є можливість вирощувати квіти у великій кількості, то це хобі можна також зробити невеликим бізнесом.

Ще кілька десятиліть тому колекціонування було одним із найпопулярніших хобі. Сьогодні таке заняття не тільки поширене, адже це так захоплює! Збирати можна марки і фантики, книги і магніти, іграшки або антикваріат. Кожна колекція буде унікальна!

Тим, хто полюбляє інтелектуальні ігри, можна провести свій вільний час за розв'язанням кросвордів чи ребусів. Їх можна знайти практично в кожній газеті, журналі або на спеціальних сайтах.

Сьогодні електроніка щільно увійшла в наше життя, стала доступною, і Інтернет став повсюдним, люди щодня борознять і підкорюють його широти. Багатьох неймовірно захоплює ведення блогів або ж щоденників у мережі. Тому таке заняття також можна вважати хобі. Особисті електронні сторінки можуть розповідати як про повсякденне життя, так і про інші ваші захоплення, наприклад, це може бути блог про кулінарію або щоденник, у якому ви розповідаєте про правильне вирощування рослин і складання квіткових букетів.

Бувають й інші захоплення, пов'язані з Інтернетом: форуми, чати та інші майданчики для спілкування на спільні цікаві теми. Там можна із задоволенням обговорити новини, порадити щось співрозмовникові і навіть знайти близьких за духом людей, які можуть стати вашими друзями.

Хобі для тіла. Багато жінок не люблять у вільний час займатися інтелектуальними заняттями. Їм варто звернути свою увагу на хобі, які задіюють тіло. Вони бувають різними, це можуть бути:

– **танці** – чудове захоплення для жінок усіх віків! Ним можна займатися, навіть якщо вам уже далеко за 50 і навіть, коли ваша вага не в ідеалі, адже існує величезна кількість їх різновидів – бальні, сучасні, латиноамериканські. Виберіть танцювальний клуб і запишіться до нього. Відвідайте всього кілька занять на тиждень, і ви побачите, наскільки поліпшиться ваш настрій, і у вас з'являться нові приємні знайомства;

– **спорт** – спорт невіддільний від здоров'я, і він сприяє формуванню гарної фігури, але, крім цього, – це чудове хобі. Тренажерний зал, йога, плавання, єдиноборства, теніс і навіть важка атлетика – захоплення до душі знайти досить просто. Якщо як проведення часу ви оберете спорт, то зможете проводити свій вільний час із користю;

— **екстрим** — тим жінкам, які втомилися від спокійного повсякденного життя і хочуть отримати викид адреналіну, потрібно звернути свою увагу на екстремальне дозвілля: гірські лижі, рафтинг, дайвінг, автотуралі і стрибки з парашутом. Усі ці заняття є небезпечними, тому підійдуть тільки ризиковим і відчайдушним людям! Задіяти своє тіло у вільний час можна з допомогою таких захоплень, як туристичні поїздки чи походи. Можна подорожувати по екзотичних місцях, а можна вирушати в гори для скелелазіння. Деякі вважають, що полювання і риболовля є виключно чоловічими заняттями, але якщо вам подобається таке проведення часу, то не відмовляйте собі в цьому!

Як зробити хобі роботою. Тим, хто хоче, щоб приємне проведення часу приносило не тільки унікальні позитивні емоції, а й дохід, слід підбирати хобі особливо ретельно. Так, це може бути в'язання або шиття, але особливо прибутковими захопленнями є відеозйомка, живопис і фотографування. Захоплена такою творчістю людина стане не просто добре заробляти, а й почуватиметься краще, ніж той, хто присвячує своє життя перегляду серіалів. Отримати дохід, займаючись таким хобі, може спробувати абсолютно кожен. Але щоб це було дійсно значущим прибутком, треба мати не просто бажання, а й талант. Якщо вам не вдається, то варто піти на відповідні курси, це допоможе освоїти новий навик професійно. Чудовим захопленням є кулінарія. Жінкам, які вміють і люблять готувати, можна не тільки створювати шедеври для сімейних вечерів, а й займатися виготовленням, наприклад, десертів для урочистих подій. Торти, пряники, тістечка і багато інших солодких страв будуть приносити гідний прибуток тим, хто їх готує!

Джерело: <http://poradumo.pp.ua/cikave>.

Урок 3. ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В ПОВЕДІНЦІ ЛЮДИНИ

Мета уроку

Ознайомлення з поняттями: ризик, фінансовий ризик; формування уявлення про заходи фінансової безпеки вдома і на вулиці; моделювання ситуацій щодо попередження фінансових ризиків.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	поняття: ризик, фінансовий ризик.
<i>Знає і наводить приклади:</i>	можливих фінансових ризиків на вулиці і вдома.
<i>Моделює ситуації:</i>	щодо попередження фінансових ризиків.
<i>Виступає з підготовленою інформацією:</i>	про особисту фінансову безпеку перед класом.

Орієнтовний план уроку

1. Ризик, фінансовий ризик.
2. Фінансові ризики на вулиці і вдома.
3. Заходи уникнення ризиків.
4. Особиста фінансова безпека.

Ключові тези

- Ризик – це можливість втрат.
- Фінансовий ризик – ризик, пов'язаний з імовірністю втрати грошових коштів.
- Основні методи усунення фінансових ризиків: страхування лімітування, розподіл вкладення коштів.
- Фінансова безпека – це фінансова захищеність особи, коли всі витрати покривають доходи.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Дайте відповідь на питання.

Що таке ризик? *Небезпека* (впиши одне слово).

Фінансовий ризик – це небезпека втратити гроші. Батьки заробляють гроші. Вони працюють цілий місяць, щоб отримувати зарплату. Зважай на те, що є люди-шахраї, які хочуть легким і нечесним способом отримати багато грошей за рахунок інших. Тому кожній чесній людині потрібно бути пильною, уважною і передбачити можливі фінансові небезпеки.



2. Подумайте і впишіть потрібне слово в кожне правило.

Старайся *не розповідати* про те, скільки грошей є в тебе або у твоїх рідних.

(розповідати / не розповідати)

Ніколи не повідомляй знайомих у соціальних мережах про майбутню покупку квартири, машини, дорогої техніки.

(завжди / ніколи не)

Не обговорюй із друзями, яку зарплату отримують батьки і в якому банку вони зберігають кошти.

(обговорюй / не обговорюй)

Якщо в тебе є платіжна картка ЮНІОР, то пін-код варто *запам'ятати*.

(запам'ятати / записати на картці)

Свої кишенькові гроші тримай у *внутрішній* кишені.

(внутрішній / зовнішній)

Не підраховуй свої гроші при сторонніх людях.

(підраховуй / не підраховуй)

Ніколи не носи зі собою всі заощадження.

(завжди / ніколи не)

Одразу перераховуй решту, видану касиром у магазині.

(одразу / пізніше)

Завжди *засувай* замки на сумках, портфелях, у кишенях.

(засувай / не засувай)

Не спілкуйся з незнайомцями на фінансову тему.

(не спілкуйся / спілкуйся)

Гроші на доброчинність віддавай, *порадившись із батьками*.

(самотійно / порадившись з батьками)

Учні у групах за допомогою сценок пантоміми моделюють ситуації щодо попередження фінансових ризиків.

3. Ви склали одинадцять правил, щоб уникнути можливих фінансових ризиків. Подумайте і додайте ще три правила до цього списку.

Не залишайте гроші на видному місці.

*Не носіть великих гаманців.
Не відчиняйте двері незнайомцям, коли ви самі удома.*

Учні з підготовленою інформацією про особисту фінансову безпеку виступають перед класом.



Фізкультхвилинка

4. Поясніть прислів'я.

Рахуй гроші тихо, не зазнаєш лиха.
Один гроші складає, а другий мішок шиє.

5. Запишіть у кружечках рис. 2.1, де можна натрапити на фінансові ризики.

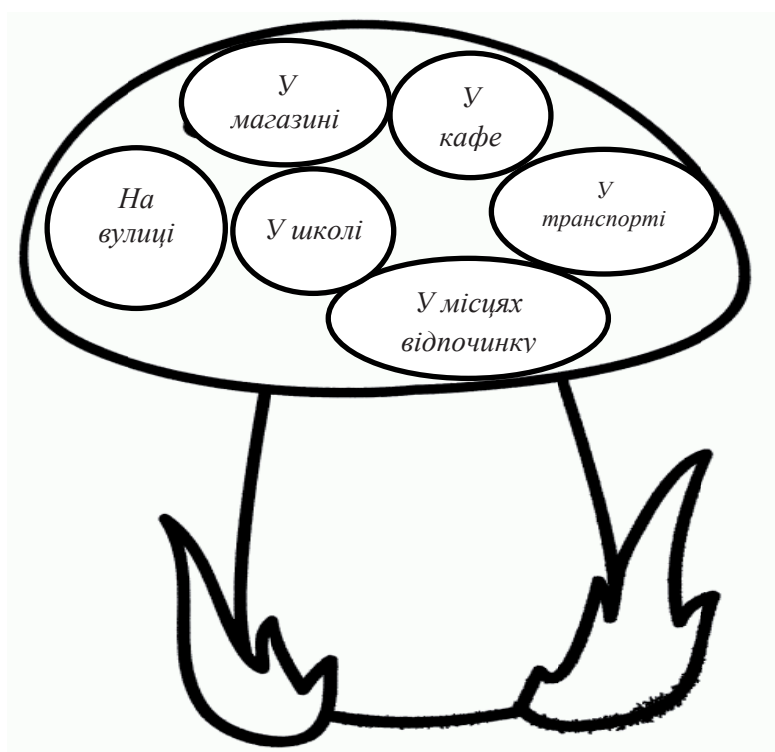


Рис. 2.1. Гриб фінансового ризику

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що ви розумієте під поняттям «фінансовий ризик»?
2. Що означає особиста фінансова безпека?
3. Назвіть кілька правил особистої фінансової безпеки вдома і на вулиці, у школі.
4. Які ви знаєте види фінансових ризиків?



5. Що треба робити, щоб зменшити фінансові ризики для споживча і підприємства? Наведіть приклади.

ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Фінансовий ризик – це ризик, пов’язаний з імовірністю втрати грошових коштів.
2. Основні види фінансових ризиків: кредитний, депозитний, податковий, валютний, ризик неплатоспроможності.
3. Основні методи усунення фінансових ризиків: страхування, лімітування, розподіл вкладення коштів.
4. Диверсифікація – це процес розподілу грошових коштів між різними фінансовими сферами.
5. Лімітування – установлення ліміту, визначення критичних сум витрат, продажу, кредиту тощо.
6. Страхування – справедливе передання ризику потенційної втрати від однієї сторони до іншої за відповідну сплату.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Про ризики

Фінансовий ризик – це ризик, пов’язаний з імовірністю втрат фінансових ресурсів (грошових коштів).

Фінансові ризики насамперед пов’язані зі змінами на фінансовому ринку і змінами в економіці. Це можуть бути зміни процентних ставок, валютних курсів, зміни в податковому законодавстві, зміни в діяльності галузі або конкретного позичальника.

Вітчизняні автори виділяють такі рівні економічної безпеки:

- фінансова захищеність – найпростіший рівень економічної безпеки домогосподарства, що характеризується можливістю підтримувати звичний спосіб життя;
- фінансова безпека – рівень економічної безпеки, що дозволяє підтримувати звичний рівень витрат за втрати постійного джерела доходів, упродовж шести (іноді 12) місяців;
- фінансова незалежність – рівень економічної безпеки, за якого рівень пасивних доходів дозволяє нарощувати особистий капітал.

Насправді поняття є не настільки важливими, теоретизувати можна до безконечності. Важливим є інше – ментальне поняття потреби накопичення, заощадження, інвестування, що є невід’ємною частиною західної економічної культури.

Усім відоме поняття «церковна десятина», що сягає корінням часів Авраама. Немає сенсу вдаватися в історію і відстежувати діалектику цього поняття впродовж останніх десятиків століть, проте економічна культура, що проповідує накопичення 10% своїх доходів у різних державних і недержавних фондах (нехай навіть мають фіскальну природу, попри всі свої зміни), актуальна і сьогодні.

Це найпростіший шлях до забезпечення фінансової безпеки – не забувати відкладати всього лише 10% своїх доходів, скажімо так, «на чорний день». Можливо, комусь здасться, що за доходів, рівних одній мінімальній заробітній платі, накопичення в 10% будуть сміхотворні. Не будемо заперечувати, що десята частина «мінімуму» – ще більший мінімум, проте не варто не враховувати з виду два моменти:

1) при накопиченні десятої частини доходу протягом 10 місяців, у разі втрати навіть мінімального доходу, в запасі будуть кошти на підтримку звичного рівня життя протягом усього місяця;

2) звичка відкладати десяту частину доходу протягом місяців або років рано чи пізно дасть, як мінімум, психологічний ефект. Відчуття, що за спиною є хоч щось, на рівні підсвідомості дасть мінімальну впевненість у завтрашньому дні, а ця впевненість, у свою чергу, так чи інакше дасть і дві, і три мінімальні зарплати на місяць. Варто тільки почати.

Джерело: <http://vkurse.ua>.

Через недостатню фінансову компетентність багато освічених людей можуть опинитись у стані фінансового ризику. Один багатий тато назвав це «фінансовою червоною лінією», якщо кожен місяць дохід дорівнює витратам. Люди, які відчайдушно сподіваються на захист роботи, не здатні змінитися, коли економіка змінюється. Стрес і хвилювання часто підривають здоров'я. Ті самі люди кажуть: «Бізнес і вкладення капіталу – завжди небезпечні». На мою думку, бізнес і вкладення капіталу – це не небезпечно. А от бути малоосвіченим – небезпечно. Так само бути непоінформованим – небезпечно, як і покладатися на «небезпечну роботу» – найбільш високий ризик. Купувати активи – не небезпечно. Купівля боргів, які називають активами, – небезпечно. Думати про свій власний бізнес – не небезпечно. Працювати в чужому бізнесі небезпечно.

Так що Крок 3 – це зрозуміти різницю між ризиком і безпекою.

УЖИЙТЕ ЗАХОДІВ

1. Визначити ризик власними словами.

- а) чи небезпечно покладатися на зарплату?
- б) чи небезпечно оплачувати борги?
- в) чи небезпечно володіти активом, який генерує потік готівки в кишеню?
- г) чи небезпечно витрачати час на фінансову освіту?
- г) чи небезпечно витрачати час на вивчення різних типів інвестицій?

2. Виділіть щотижня п'ять годин, щоб виконати один з таких пунктів:

а) читайте бізнес-сторінки в газеті «Уолл-стрит Джорнал»;

б) слухайте фінансові новини по телебаченню чи радіо;

в) слухайте касети, які вчать вкладати капітал і підвищувати вашу фінансову компетентність;

г) читайте фінансові журнали та інформаційні бюлетені;

г) грайте в освітню гру «CASHFLOW».

Джерело: Робер Кіосасаки «Багатий тато, бідний тато».

Про особисту фінансову незалежність

Більшість із нас з дитинства мріяли займатись улюбленою справою... Зазвичай у всіх дітей у 16–18 років є глибока впевненість щодо свого майбутнього: я буду відомою лікаркою, президентом, космонавтом і так далі. І річ не тільки в улюбленій справі. Згадайте, про яке авто ви мріяли, в якому будинку ви хотіли жити і до яких країн подорожувати, займаючись при цьому улюбленою справою! Мовою фінансів цей стан називається **фінансова незалежність**.

Чому ж у віці 28–30 років переважна більшість цих же людей у розмовах про майбутні перспективи заперечують можливість досягнення тих цілей, які в них колись були? Що сталося?

Або в нас країна, де цього неможливо досягти? До речі, саме «у нас країна, де це неможливо досягти» найчастіше звучить у відповідь, коли розмова заходить про успіх і фінансову незалежність.

Хоча практика показує абсолютно протилежне – не важливо, в якій країні і сім'ї ви народились. **Рівень вашого успіху залежить тільки від вас!** Аргументом цього є тисячі історій таких видатних особистостей, як Стів Джобс, Ентоні Робінс, Річард Бренсон, Брайан Трейсі та ін. **Спільною рисою фінансово незалежних людей, перш за все, є заняття улюбленою справою.** Адже досягти найвищих результатів можна тільки таким шляхом.

Отже, що ж насправді означає поняття «фінансова незалежність»? **Фінансова незалежність** – це такий рівень пасивного доходу, який покриває всі ваші витрати.

Стають фінансово незалежними абсолютно не випадково. Існує низка етапів і правил, що передують досягненню такого рівня життя. За їх чіткого дотримання – ваш успіх стане гарантованим!

З чого все ж таки почати? У якій послідовності їх реалізовувати?

Оскільки ми розглядаємо *фінансову незалежність* саме щодо правильної організації своїх фінансів (грошового потоку), то кінцевою ціллю є створення АКТИВІВ, що приносять потрібний пасивний дохід. Та в будь-якому разі все починається з таких дій.

1. МРІЯТИ! Найбільші винаходи і досягнення зароджувались у голові людини. Тому першою вашою мрією і бажанням має бути пристрасне бажання досягти фінансової незалежності. Справжнє, жагуче, яке даватиме вам енергію завжди рухатись назустріч своїй мрії! Ми всі живемо з мріями, але більшість людей так і не досягають їх... Не досягають з однієї простої причини – не перетворюють їх у цілі. Доки ви не зробите цього «надскладного» завдання, доти ви ні на крок не наблизитесь до фінансової незалежності. Мрія – це духовний фундамент і передумова будь-якого успіху. Але спрацює вона тільки тоді, коли ви перетворюєте її у ціль. Тому другий етап – перетворення мрії у ціль.

Мрія – це заповітне бажання, виконання якого обіцяє щастя.

2. ПЕРЕТВОРИТИ МРІЇ В ЦІЛІ. Є надзвичайно просте правило перетворення мрії у ціль, воно і стане вашим першим завданням, яке треба виконати **ДЛЯ СЕБЕ, – ЗАПИСАТИ ВСІ МРІЇ НА ПАПЕРІ**, мінімум 50 мрій / бажань, які першими спадуть на думку.

Після цього біля кожної мрії проставте дату. «Людина переоцінює те, що може зробити за рік, але недооцінює те, що може зробити за 10 років» (Ентоні Робінс). Перечитуйте написані мрії щодня – вони стануть одним із ваших природних енергетиків на кожен день у всіх справах!

У нашому варіанті – конкретним. І головне – почати!

Джерело: <http://vseprogroshi.com.ua>.

Урок 4. ОСОБИСТА ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА

Мета уроку

Ознайомлення з поняттями: самовиховання, самовдосконалення; виховання в учнів позитивних рис характеру; формування грамотної фінансової поведінки.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	значення самовиховання у формуванні особистих рис.
<i>Прагне:</i>	виробляти в собі такі риси характеру, як: заощадливість, наполегливість, відповідальність, доброзичливість.
<i>Наводить приклади:</i>	успіху людини залежно від її фінансової поведінки.

Орієнтовний план уроку

1. Поняття «самовиховання», «самовдосконалення».
2. Формування в собі заощадливості, наполегливості, відповідальності, доброзичливості як ознак правильної поведінки в ситуаціях фінансових відносин.

Ключові тези

- Самовиховання – процес цілеспрямованої діяльності над розвитком, удосконаленням себе як особистості.
- Самовдосконалення – це постійний, безперервний розвиток особистості.
- Фінансово грамотна поведінка передбачає здатність людей «жити за коштами», стежити за станом своїх фінансів, планувати свої майбутні доходи і витрати тощо.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ

1. Учні під керівництвом учителя записують визначення терміна:

Що таке самовиховання?

Самовиховання – це процес удосконалення себе як особистості.



Учні виконують завдання.

2. Виберіть з довідки закінчення правила і запишіть їх.

Людина сама має оцінювати свої вчинки. Виробляти в собі позитивні риси, долати негативні і поводитися так, щоб не страждали інші люди, особливо твоя сім'я. Батьки повністю забезпечують тебе всім потрібним: їжею, одягом, іграшками, книгами, доступом до Інтернет-ресурсів, оплачують твої гуртки тощо. Поважай і цінуй їхню працю. Кожна знищена тобою книга, іграшка, одяг – це додаткові витрати для батьків. Отож, правило перше: бережи і шануй свої *речі*.

Якщо ти будеш за собою застеляти постіль, збирати іграшки, складати одяг, чистити взуття, то більше вільного часу буде в мамі. Правило друге: намагайся самостійно обслуговувати *себе* і дотримуйся *порядку*.

У приміщенні, де нікого немає, вимикай світло. Коли йдеш спати, вимикай телевізор, комп'ютер. Це економить батьківські гроші, які сплачують за електроенергію. Правило третє: економ *електроенергію*.

Відмовся від покупок чипсів, сухариків, кольорової солодкої води. Це економить твої кишенькові гроші і збереже здоров'я. Правило четверте: не купуй *шкідливої їжі*.

Якщо ти допомагатимеш батькам удома чи на присадибній ділянці, то почнеш цінувати працю інших людей. Адже миття посуду, прибирання кімнати, догляд за рослинами і тваринами формує почуття відповідальності. Правило п'яте: допомагай батькам *по господарству*.

Розумно витрачай свій час на навчання, відпочинок і розваги протягом дня. Такий розпорядок допоможе зберегти бадьорість, працездатність, зміцнить здоров'я. Правило шосте: дотримуйся *режиму дня*.

(Довідка: режиму дня, речі, по господарству, шкідливої їжі, себе, порядку, електроенергію).

3. Як можна допомогти економити витрати рідній школі? Запишіть свої пропозиції.

(Вимикати у світлу пору світло, утеплювати в холодну пору року приміщення класу. Закручувати за собою кран із водою, не нищити меблі у класній кімнаті тощо.)

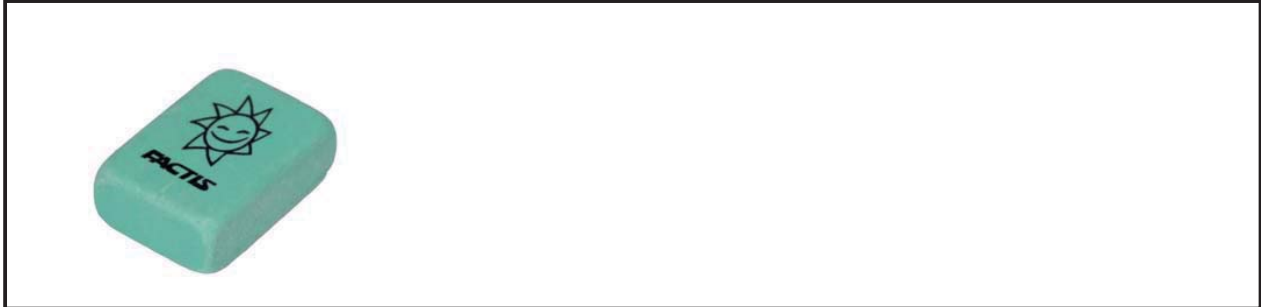


Фізкультхвилинка

Звичайно, щоб виконувати ці правила, треба себе контролювати, заставляти робити те, чого не хочеться робити. **Якщо ви подолаєте свою лінь, то станете сьогодні кращим, аніж були учора!**

4. Спробуйте позбутися своїх поганих рис характеру.

У цьому прямокутнику запишіть простим олівцем свої погані риси, яких хочете позбутися, а потім зітріть їх гумкою і на чистому вже місці ручкою запишіть позитивні риси, які у вас є або які ви хотіли б мати. **Повірте, тепер ці позитивні риси характеру ваші назавжди!**



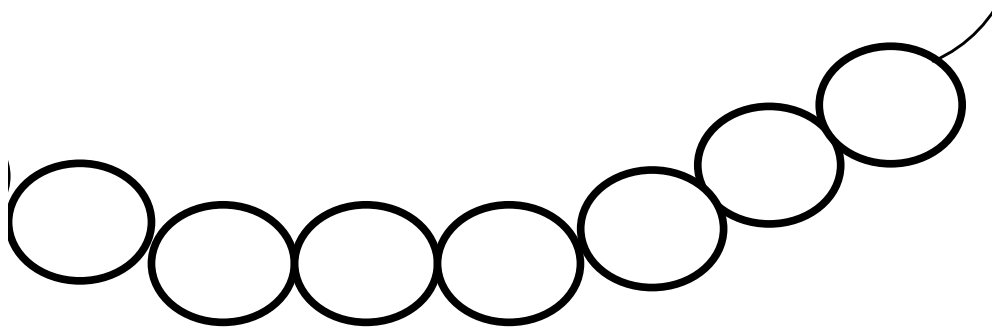
Джерело: <http://helper.kh.ua>



Копійка зауважує!

Привітна і доброзичлива людина вміє поводитися правильно в різних ситуаціях і в ситуаціях фінансових відносин також.

5. У намистинках запишіть, хто або що допоможе вам стати кращим.



(Батьки, вчителі, друзі, наставники тощо...)

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що ви розумієте під поняттям «самовиховання»?
2. Які риси характеру ви прагнете виховати в собі?
3. Назвіть кілька правил фінансово грамотної поведінки людини.



ПІДСУМКИ



Підбиває Копійка

1. Самовиховання – процес цілеспрямованої діяльності над розвитком, удосконаленням себе як особистості.
2. Самовдосконалення – це постійний, безперервний розвиток особистості, який відбувається так: людина вчиться, змінюється і розумнішає протягом життя, отримуючи досвід як із ситуацій, які з нею трапляються, так і за допомогою самої людини.
3. Фінансово грамотна поведінка передбачає здатність людей «жити за коштами», стежити за станом своїх фінансів, планувати свої майбутні доходи і витрати, особливо пенсію, правильно вибирати фінансові продукти і розбиратися у фінансових питаннях.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Фінансова поведінка домогосподарств у ринкових умовах господарювання

Фінансова поведінка домогосподарств є доволі складною для аналізу, оскільки на неї впливає дуже багато чинників, зокрема психологічних, які складно піддаються аналізу. Розглянемо детальніше критерії, форми і мотиви заощаджень. Частка заощаджень у доходах українців є досить низькою. Це може мати кілька пояснень.

По-перше, через украй низький рівень добробуту більшості домогосподарств, що склався в період соціально-економічних реформ, наявність хронічно незадоволених потреб населення.

По-друге, доходи, витрати і заощадження можуть зазнавати труднощів методологічного характеру, найбільші з яких – суб'єктивна оцінка і тіньова економіка. Таким чином, не всі заощадження можуть бути враховані представленою офіційною статистикою.

По-третє, позитивна динаміка доходів, посилена доступністю кредитів у національній та іноземній валютах, насичення ринку економічними благами споживчого характеру, бурхливий розвиток маркетингових комунікацій, а також інформованість громадян сприяла зростанню обсягів споживання.

Четвертою причиною є обмеження ліквідності. Люди діють відповідно до стратегії вирівнювання й у період спаду економіки повинні витрачати накопичені раніше заощадження. Однак у 1990-ті роки, коли наявні в населення заощадження в Ощадбанку СРСР виявилися втраченими,

а залучення кредитів (майбутніх заощаджень) було неможливим, домогосподарства змушені були витрачати весь одержуваний дохід на споживання. Узагалі, низький рівень доходу не обов'язково є перешкодою для стратегії вирівнювання споживання. Більше того, саме в цьому разі потреба у вирівнюванні навіть вища. Заощадження стають необхідні, оскільки вони виконують роль фінансового буфера у важкі часи, адже саме для таких родин, що балансують на межі бідності, тимчасова втрата доходу або нещасний випадок можуть призвести до безповоротних наслідків. Критерії, форми і мотиви заощаджень: немотивовані – мотивовані – за мотивами. Створення резерву на випадок непередбачуваних обставин – мотив «на чорний день».

Заощадження створюються, щоб почуватися впевненіше й мати можливість задовольняти споживчі потреби в будь-який час.

По-п'яте, вагомою причиною можна також зазначити низький обрій планування: звиклі до нестабільності люди живуть нинішнім днем, тому не намагаються перенести споживання на майбутнє.

Шостою причиною є те, що для значної частини українців характерний дуже високий коефіцієнт дисконтування майбутніх доходів, тобто при приведенні майбутніх доходів до поточного моменту використовують коефіцієнт набагато більший, аніж ефективні ставки за кредитами, інфляція й навіть темп приросту доходів. Інакше кажучи, для багатьох українців одна гривня зараз – це 10 гривень завтра.

І нарешті, існує загальна недовіра до інструментів фінансового ринку, які протягом років розвитку ринку зазнавали тих або інших значних ризиків і страх бути ошуканим. Вкладення в матеріальні активи або споживання престижніше, оскільки вважається, що краще витратити на себе, ніж втратити. У цій ситуації рішення про споживання майже автоматично переважає над рішенням про заощадження, а якщо рішення про нагромадження коштів усе ж таки й приймається, то вибір робиться на користь тих інструментів, які перебувають під особистим контролем: готівка у формі національної або іноземної валюти. Відносно безпечним вважається також робота з тими банками або фінансовими компаніями, в яких працюють знайомі, готові попередити в разі загрози кризової ситуації або планування вкладень здійснюється тільки на короткі строки: рік, максимум два. Мотивами поведінки домогосподарств при прийнятті рішень у сфері інвестування основний вплив чинить кілька факторів, які є аналогічними мотивам заощаджень, до яких можна додати можливість отримання додаткового доходу від вкладення в різні категорії активів, основна мета якої – знизити втрати від інфляції й спробою збільшити первісні вкладення.

Основними напрямками інвестиційної діяльності домогосподарств є або пряма участь у процесі інвестування, або з використанням фінансових

посередників, у число яких включають: банки, інвестиційні фонди, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди й фондові біржі. Оскільки домогосподарства не володіють достатньою інформацією в цій сфері, тобто є недосвідченими і в більшості випадків схильні купувати, коли акції коштують дорого, і продавати, коли вони дешевшають, і як результат – невдачі самостійних інвестицій, які й стримуватимуть зростання чисельності інвесторів. Відсутність же суттєвої концентрації заощаджень населення у вітчизняних фінансових інституціях, на наш погляд, пов'язано з низкою причин, а саме: відсутністю повноцінного цивілізованого національного фінансового ринку, здатного працювати з дрібним інвестором на всіх сегментах; недостатнім розвитком інституту фінансового посередництва (зокрема, небанківських фінансових установ, спроможних стабільно й ефективно співпрацювати з населенням).

До причин описаної інвестиційної поведінки можна також віднести: низький рівень заощаджень в основних груп населення; високий рівень тінізації економіки; слабка інформованість домогосподарств про інвестиційні можливості і негативний досвід. До головних причин недовикористання інвестиційного потенціалу можна віднести такі:

- великі видатки державного бюджету на обслуговування зовнішнього державного боргу (платежі щодо державного боргу відволікають фінансові ресурси від їх використання всередині країни, у тому числі й в інвестиційній сфері, загострюють дефіцит державного бюджету);
- вивезення капіталу з країни приватними фірмами і комерційними банками, значна частина якого не контролюється державою;
- «омертвляння» частини доларових заощаджень населення поза банківською системою.

Нині спостерігаємо зниження активності у споживчому кредитуванні, яке пов'язують із двома факторами. Першою причиною можна вважати зміну політики банків, які нарощували свої активи за рахунок цього виду кредитування. Другою причиною є поступове збільшення кількості людей в українському суспільстві, які обережно ставляться до життя у кредит (60–65% дорослого населення України).

Кредитна поведінка українських домогосподарств неоднорідна: є групи, які охоче беруть гроші в борг для розв'язання своїх поточних матеріальних проблем. Інші побоюються, що не зможуть повернути його вчасно або вважають чинні процентні ставки занадто високими. Треті принципово ніколи не беруть гроші в борг.

Стійкості ощадно-інвестиційного процесу в Україні сприятиме дотримання низки умов, найважливішими серед яких є: 1) досягнення такого рівня доходів населення, за якого б здійснювати заощадження з метою інвестування в різні активи й отримувати додаткові доходи; 2) стабільне функціонування фінансових інститутів, здатних акумулювати

заощадження домашніх господарств і забезпечити їх збереження, у т. ч. завдяки системі державних гарантій.

Згідно з визначенням Управління з регулювання і нагляду у сфері фінансових послуг Великої Британії (UK Financial Services Authority – FSA), фінансово грамотна поведінка передбачає здатність людей «жити за коштами», стежити за станом своїх фінансів, планувати свої майбутні доходи і витрати, особливо пенсію, правильно вибирати фінансові продукти і розбиратися у фінансових питаннях.

Фінансово грамотне населення:

- щомісяця веде облік витрат і доходів сім'ї;
- «живе за коштами» – без зайвих боргів;
- фінансово планує на перспективу (готовність до непередбачуваних обставин і підготовка до пенсії);
- купує фінансові продукти й послуги на основі вибору;
- орієнтується в питаннях фінансової сфери.

Джерело: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/strah_rynok/159.htm.

Нотатки про самовдосконалення від Льва Толстого

– Щоранку визначай усе, що ти маєш робити протягом усього дня. Контролюй свій сон.

– Щоб розвинути й зміцнювати своє здоров'я, прагни «рухатись якомога регулярно».

– Будь вірний своєму слову. У першу ж чергу – слову, даному собі.

– Яку б справу ти не почав, не кидай її, не закінчивши.

– Май завжди таблицю, у якій були б визначені всі, навіть дріб'язкові обставини твого життя.

– Регулярно запитуйте себе: що саме я роблю зараз? І якщо цих справ більше ніж одна – обирай найважливішу або терміновішу, відкладаючи інші.

Джерело: <http://purpose.com.ua>.

РОЗДІЛ II

Я І НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

Урок 5. Я – СПОЖИВАЧ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

Мета уроку

Формування грамотної поведінки споживача, ознайомлення з основними правами споживача; моделювання поведінки споживача на прикладі життєвих конкретних ситуацій.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	сутність поведінки споживача.
<i>Знає:</i>	основні права і обов'язки споживача.
<i>Моделює:</i>	конкретні ситуації поведінки споживача.

Орієнтовний план уроку

1. Споживач, споживання, поведінка споживача.
2. Складові поведінки споживача: вибір – купівля – розпорядження товаром.
3. Основні права і обов'язки споживача в Законі України «Про захист прав споживачів».

Ключові тези

- Споживач – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.
- Поведінка споживачів визначається як дії між людьми за умови **придбання, споживання** товарів і послуг та **звільнення** від них.
- Права споживача захищає Закон України «Про захист прав споживачів».

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні звиконують завдання.

1. Дайте письмово відповідь на запитання.

Хто такий споживач? _____

Зауважує Копійка

Права споживача захищає Закон України «Про захист прав споживачів»!



2. Які слова не на своїх місцях? Закресліть їх і зверху запишіть потрібні слова.

Споживач віддає товар і отримує гроші.

Споживач віддає гроші і отримує товар.

Коротка інформація для вчителя

Поведінка споживачів визначається як дії між людьми за умови придбання, споживання товарів і послуг та звільнення від них.

Придбання – дії, що ведуть до купівлі, включаючи покупку, або замовлення продукту. Деякі з дій включають: пошук інформації про особливості продукту, вибір, оцінку альтернативних продуктів або марок і власне покупка.

Споживання – як, де і коли споживачі використовують товари.

Відчуження – те, як споживачі позбуваються товару й упаковки. Розрізняють позитивну і негативну поведінку споживачів.

Позитивна поведінка (схвалення) – це здійснення вибору певного товару і його купівля. Негативна поведінка є прихованою від продавця товару й полягає в ухиленні споживача від купівлі й споживання. Різновидами такої поведінки є стриманність: відмова від споживання з певних причин (пошук товару кращої якості, бажання задовольнити більш актуальні потреби тощо) і терпіння: непридбання товару через неспроможність це зробити (брак коштів, дефіцит товару).

3. Розгляньте схему.



4. Допишіть ряд потрібних товарів для школяра.

Серветки, сік, ручка, олівець, гумка, зошит, булочка, тощо.

5. Як ви вчините, коли потрібно купити подарунок другові на день народження? Чи порадитесь з батьками, скільки грошей можна витратити і що купити? Запишіть.

! *Запам'ятайте! Рекомендує Копійка*

Дарувати треба те, від чого сам не відмовився б.



Фізкультхвилинка

6. Що ви хотіли б подарувати найкращому другові чи подрузі? Намалюйте.

Звичайно, ти купиш потрібну річ, якою товариш буде користуватися. Пригадай, що корисного дарували тобі? Як довго ти користувався подарунком? І що ставалося з ним пізніше, коли ти виростав з якогось одягу, тобі набридала якась іграшка, а книги прочитав? Старі добротні речі можна пожертвувати у благодійні магазини, продати через Інтернет. Життя товару після користування можна продовжити.

! *Запам'ятайте! Рекомендує Копійка.*
На кожен товар є свій покупець.



6. Поясніть, як ви розумієте прислів'я.

Не дорогий твій подарунок, а дорога твоя пам'ять.

7. Прочитайте розповідь і виконайте завдання.

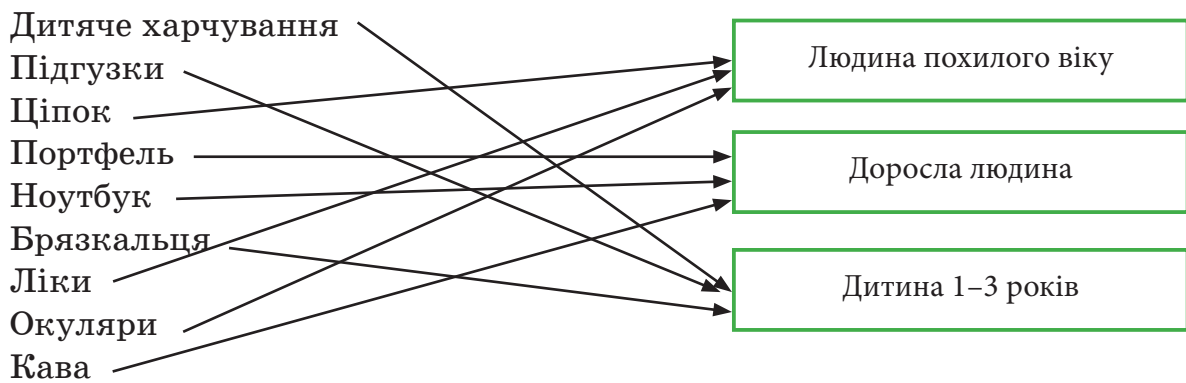
Уяви, що ти відпочиваєш із сім'єю на березі річки, озера чи моря у спекотну погоду. Поряд продають прохолодні напої. Ти випив одну склянку соку і другої вже не допив, тому що втамував спрагу першою. Яка склянка соку була для тебе більш кориснішою – перша чи друга? Постав знак «більше» чи «менше».

Корисність

Перша склянка

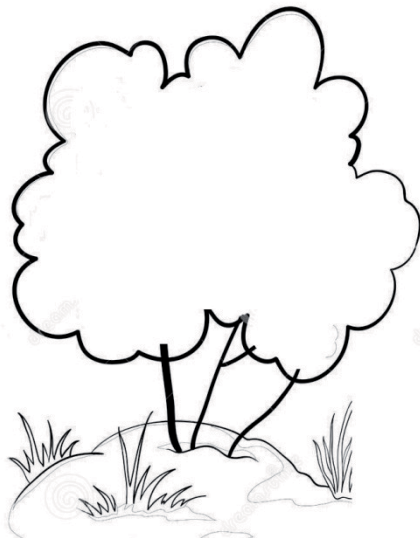
Друга склянка

8. З'єднайте лініями, кому які товари корисні.

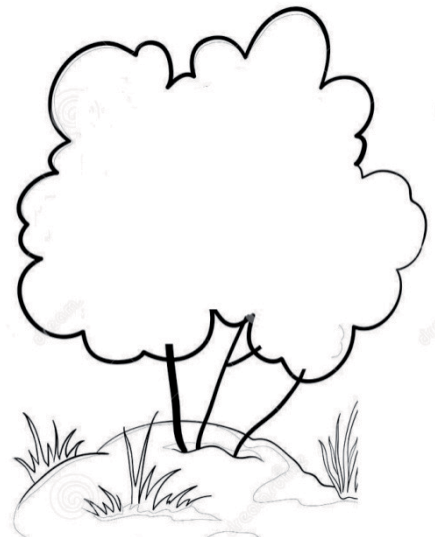


9. Запишіть назви речей, які стали вам непотрібні (до яких ви втратили інтерес) у першому кущі.

І впишіть речі, які вам дуже корисні і потрібні, – у другому кущі.



Кущ перший



Кущ другий

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Хто такий споживач?
2. Назвіть складові поведінки споживача.
3. Як держава захищає споживача?
4. Назвіть основні права споживача.
5. Подумайте, чи має споживач обов'язки.



ПІДСУМКИ



Підбиває Копійка

1. Споживач – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

2. Поведінка споживачів визначається як дії між людьми за умови придбання, споживання товарів і послуг та звільнення від них.

Придбання – дії купівлі товару, замовлення послуги.

Споживання – як, де і коли споживачі використовують товари.

Відчуження – те, як споживачі позбуваються товару й упаковки.

3. Права споживача захищає Закон України «Про захист прав споживачів».

4. Відповідно до статті 4 Закону України «Про захист прав споживачів» споживачі мають право:

- 1) на захист своїх прав державою;
- 2) належну якість продукції та обслуговування;
- 3) безпеку продукції;
- 4) доступну, достовірну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- 5) відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції;
- 6) звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;
- 7) об'єднання споживачів у громадські організації.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Ми – споживачі товарів. Обов'язки споживача

Закон України «Про захист прав споживачів» визначає не тільки права, а й обов'язки споживача. У статті 4 «Обов'язки споживачів» зазначено, що споживач зобов'язаний:

- 1) перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником (продавцем, виконавцем) документації на товар;
- 2) у разі потреби роз'яснення умов і правил використання товару – до початку використання товару звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їхні функції;
- 3) користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням і дотримувати умов (вимог, норм, правил), установлених виробником товару (виконавцем) в експлуатаційній документації;

4) з метою запобігання негативним для споживача наслідкам використання товару – застосовувати передбачені виробником у товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а в разі відсутності таких правил у документації – дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, установлених для товарів такого роду.

Тому якщо продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача) доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання, то в цьому разі вимоги споживача не підлягають задоволенню.

Джерело: <http://ing-org.dp.ua>.

Урок 6. ЩО ВПЛИВАЄ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА

Мета уроку

Ознайомлення з основними чинниками, що формують поведінку споживача; групування чинників за ознаками; формування навичок оцінки чинників, які впливають на поведінку споживача, на прикладі життєвих ситуацій.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Має уявлення</i>	про чинники, що формують поведінку споживача.
<i>Розрізняє:</i>	чинники за ознаками.
<i>Наводить:</i>	приклади факторів, що впливають на поведінку споживача.

Орієнтовний план уроку

1. Чинники, що впливають на поведінку споживача.
2. Групування чинників за ознаками.
3. Приклади факторів за ознаками.

Ключові тези

- Чинник – рушійна сила поведінки споживача.
- Розрізняють три групи чинників, що впливають на поведінку споживача: зовнішні, внутрішні, ситуативні.
- У поведінці споживача доцільно визначити три основні ситуації при придбанні товару: комунікації, купівля товару, використання продукту.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Дайте письмову відповідь на запитання.

За що споживач платить гроші? *За товар чи послугу.*

На сучасному ринку є великий вибір товарів і послуг. Що ж впливає на вибір конкретної людини?



2. Прочитайте розповідь.

Андрійко збирає різноманітні енциклопедії. У нього вже є книги на різні теми. Але ще не було «Великої ілюстрованої енциклопедії школяра». Хлопчик складав гроші для її придбання. Він порадився з батьками і друзями, в якому саме магазині купити книгу. Але в іншому магазині була акція. І саме ця енциклопедія коштувала на 20% дешевше. Андрійкові пощастило. Книгу купив – мрію здійснив. Хлопчик щасливий.

3. Пронумеруйте послідовність придбання енциклопедії.

- ☐ Складав гроші. (2)
- ☒ 1 Андрійко мріяв про покупку. (1)
- ☐ Вибрав магазин. (4)
- ☐ Радився з друзями і батьками. (3)
- ☐ Несподівана акція в іншому магазині. (5)
- ☐ Купівля книжки. (6)

Гривник запитує

Які чинники вплинули на купівлю товару Андрійком?



Купувати конкретні товари можуть не тільки окремі люди, а й організації.

4. Як ви думаєте, що закупають для вашої школи, щоб працювала їдальня, спортзал, комп'ютерний клас? Запишіть назви товарів у відповідні колонки таблиці.

Товари для їдальні	Товари для спортзалу	Товари для комп'ютерного класу

5. Уявіть, що в майбутньому ви станете мільйонером. Що б ви придбали для рідної школи? Намалюйте.



Фізкультхвилинка

Крім придбання товарів, споживач приймає рішення щодо отримання певних послуг.

6. Пригадайте і запишіть, які види послуг ви знаєте:

Проїзд у транспорті, стрижка, шиття одягу, ремонт взуття, лікування тощо.

Є ще фінансові послуги: страхування і кредитування, обмін валют, переказ грошей. Фінансові послуги здійснюють банки, страхові компанії, кредитні спілки.

7. Запишіть приклади послуг відповідно до кожної групи послуг.

Обведіть хмаринкою послуги, які ваша сім'я сплачує в першу чергу. А хвилястою лінією підкресліть назви послуг, які можна собі дозволити зрідка. Пунктирною лінією підкресліть назви послуг, які сплачували ви.

Послуги транспорту.

Поїздки у потягу.

Житлово-комунальні послуги.

Сплата за газ, електроенергію, воду, вивезення сміття.

Послуги закладів культури.

Відвідування театру, перегляд вистави.

Фінансові послуги.

Депозит у банку.

Послуги зв'язку.

Користування телефоном.

Оздоровчі послуги.

Лікування.

8. Складіть слова у прислів'я, запишіть їх і поясніть зміст.

② Не спитавши	① праця	① не дурниця,
① Людська	① не годиться.	② у воду.
① розкидати	② броду,	② не лізь

1. *Людська праця не дурниця, розкидати не годиться.*

2. *Не спитавши броду, не лізь у воду.*

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Як впливають чинники на поведінку споживача?
2. Наведіть приклади, як погода чи рівень доходу сім'ї впливає на купівлю товару?
3. Назвіть дії, які повинен зробити споживач, перш ніж купити товар.



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Чинник – рушійна сила поведінки споживача.
2. Розрізняють три групи чинників, що впливають на поведінку споживача: зовнішні, внутрішні, ситуативні.
3. Чинники, що впливають зовні на поведінку споживача: дохід сім'ї, ціна товару, звичаї, традиції, клімат, природні умови.
4. Внутрішні чинники, які впливають на вибір товару споживачем: прагнення заощадити гроші при купівлі товару; вибір якості товару; збереження здоров'я, особиста безпека; позитивні емоції, уподобання споживача.
5. У поведінці споживачів доцільно визначити вплив факторів у трьох основних ситуаціях:
 - 1) під час комунікації;
 - 2) купівлі товару;
 - 3) використання продукту.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Зовнішні і внутрішні чинники впливу на поведінку споживача

Увагу слід приділяти процесові споживання, який обумовлює поведінку споживача до, під час, після купівлі і на яку впливають три групи факторів.

Перша група – фактори зовнішнього впливу, які поділяють на спонукальні маркетингові, за допомогою яких підприємство намагається вплинути на процес прийняття рішення споживачем, і некеровані фактори соціокультурного впливу. Спонукальні фактори маркетингу та інші подразники проникають у свідомість покупця і викликають певні відгуки. Спонукальні фактори маркетингу містять чотири елементи: то-

вар (послугу), ціну (тариф), методи просування, стимулювання. Інші подразники – це основні сили та події економічного, науково-технічного, політичного і культурного середовища, що оточує покупця. У свідомості покупця ці подразники викликають відповідні купівельні реакції: вибір товару, фірми, дилера, часу, обсягу покупки.

Друга група факторів – ситуативні, які залежать від споживача (проблем, стилю життя), але не є значимими психологічними чи фізіологічними факторами. Сюди належать політико-правові чинники, соціальне, економічне та фізичне оточення, завдання купівлі, ефект часу.

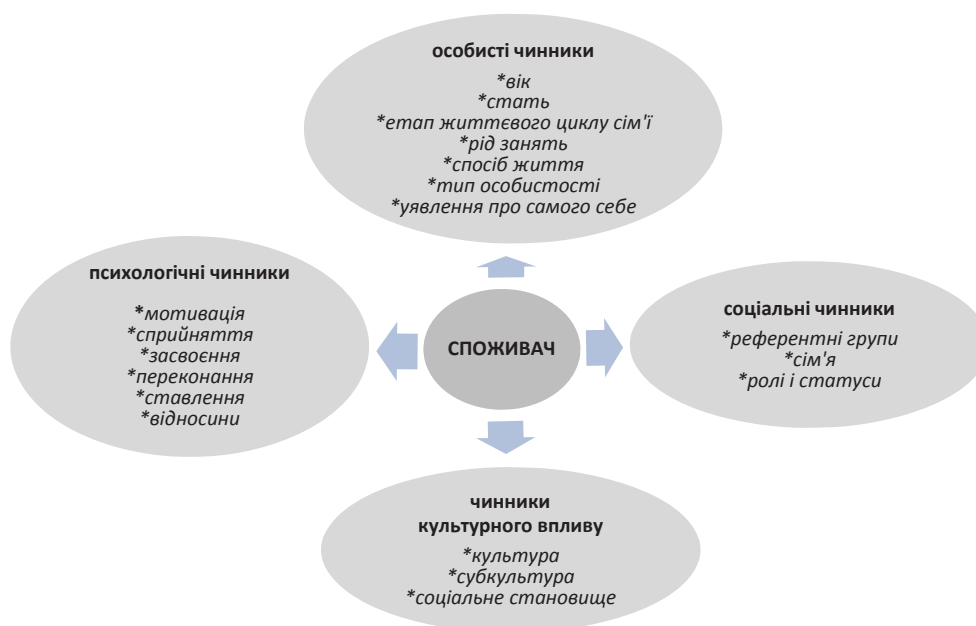


Рис. 6.1. Чинники, що впливають на вибір споживача

У поведінці споживачів визначають вплив трьох основних ситуацій.

1. *Під час комунікації.* Ефективність маркетингових звернень часто залежить від умов, у яких відбувається комунікація (вплив телевізійної реклами, наприклад, обумовлюється програмою, в якій вона розміщена).

2. *Під час купівлі.* Такі характеристики, як обсяг, організація, форма надання інформації, впливають на рішення покупця. Фактори зовнішнього середовища (музика, планування, кольорове оздоблення магазину, кількість покупців) справляють вплив на поведінку споживачів та обсяги покупок.

3. *Під час використання.* Залежно від ситуації, в якій відбувається споживання продукту, може змінюватися структура закупівель.

Третя група факторів – фактори внутрішнього впливу, що складаються із психологічних та особистісних характеристик споживача, такі, як вік, стать, етап сім'ї, рід занять, спосіб життя, економічне становище, уявлення

про самого себе. Поведінку споживачів залежно від життєвого циклу сім'ї подано в *табл. 6.1*.

Таблиця 6.1

Етапи життєвого циклу сім'ї

№ пор.	Етап	Особливості купівельного поведінки
1.	Неодружені (молоді, живуть окремо від батьків)	Молоді одинаки, що живуть окремо від батьків. Фінансові обтяжень небагато. Лідери думок у сфері моди. Налаштовані на активний відпочинок. Покупці основного кухонного обладнання, основних меблів, автомобілів, путівок на відпочинок
2.	Молодята без дітей	Молоді пари, що не мають дітей, зазвичай перебувають у кращому фінансовому становищі порівняно з попередньою стадією і навіть найближчим майбутнім, тому що є сім'ями з двома джерелами доходу. Дохід таких сімей іде на одяг, відпустки і різноманітні види дозвілля. На їхню частку доводиться максимальне число покупок. У середньому вони купують предмети тривалого користування, особливо меблі і побутову техніку
3.	«Повне гніздо», 1-ша стадія (одна дитина менше ніж 6 років)	З появою дитини один з батьків часто залишає роботу, у зв'язку з чим сімейний дохід зменшується. Одночасно дитина створює нові потреби, що кардинально змінює структуру витрат сім'ї. Любителі рекламованих товарів. Підвищений попит мають такі товари, як дитяче харчування, вітаміни, іграшки, візочки, санки, ковзани. Це скорочує заощадження
4.	«Повне гніздо», 2-га стадія (молодший дитині менше ніж 6 років)	Фінансове становище поліпшилось. Деякі дружини працюють. Реклама не так сильно впливає, як на попередньому етапі. Покупці різноманітних продуктів харчування, побутової хімії, велосипедів, послуг учителів музики, піаніно
5.	«Повне гніздо», 3-тя стадія (школярі)	Подружжя з дітьми, що перебуває під їхньою опікою. Фінансове становище стало ще краще. Працюють більше дружини. Деякі діти влаштовуються на роботу. Реклама впливає слабо. Покупці нових, більш витончених меблів, учасники автомобільних подорожей, журналів
6.	«Порожнє гніздо», 1-ша стадія (діти живуть окремо, члени сім'ї працюють)	Літнє подружжя, діти якого вже живуть окремо, члени сім'ї працюють. На цій стадії сім'я повністю задоволена фінансовим становищем і обсягом заощаджень, оскільки дохід зростає, а діти покинули будинок і вже фінансово не залежать від батьків. Велику частку доходу витрачають на відпочинок і подорожі
7.	«Порожнє гніздо», 2-га стадія (діти живуть окремо, члени сім'ї на пенсії)	Літнє подружжя, діти якого живуть окремо, член сім'ї на пенсії. Різке скорочення доходів. В основному зберігають житла. Покупці медичних приладів, медичних товарів, які сприяють зміцненню здоров'я, сну і травленню
8.	Удова (удівець), працює	Дохід ще досить високий, але будинок уже схильні продати, мало купують
9.	Удова (удівець), на пенсії	Потреби в медичному обслуговуванні і товарах ті самі, що і в інших груп пенсіонерів. Різке скорочення доходів. Гостра потреба в увазі, прихильності і добробуті

Перехід споживача з одного віку до іншого викликає зміни в його поведінці, змінюються смаки відносно їжі, одягу, відпочинку, розваг і сприйняття реклами. За допомогою концепції життєвого циклу сім'ї

можна пояснити, як змінюється сім'я і характер її споживання упродовж життя. Маркетологи часто визначають сегмент ринку за цією ознакою і розробляють відповідні комплекси маркетингу. Цікавою є класифікація Р. Блекуелла, який виділяє споживчі та організаційні фактори, що визначають поведінку споживача (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Фактори впливу на поведінку споживача

Споживчі фактори	Організаційні фактори
культура	бренд
національність	реклама
особистість	просування
сім'я	ціна
етап (період життя)	обслуговування
цінності	зручність
наявні ресурси	упаковка товару
попередній досвід	викладка товару
дохід	
почуття	характеристика товару
знання	якість
мотивація ставлення	доступність товару
референтні групи	атмосфера магазину
	встановлені комунікації
	програми лояльності

Урок 7. ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ

Мета уроку

Формування уявлення про види реклами; визначення мети реклами як методу просування товарів і послуг; проведення власних досліджень реклами; виготовлення реклами і презентація її змісту.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	призначення реклами.
<i>Визначає:</i>	мету реклами.
<i>Проводить:</i>	власні дослідження реклами.
<i>Наводить:</i>	приклади реклами, виготовляє рекламу і презентує її зміст.

Орієнтовний план уроку

1. Реклама як інформація про товар. Реклама, її суть і види.
2. Як реклама впливає на поведінку людини.
3. Позитивні і негативні сторони сучасної реклами.

Ключові тези

- Реклама – засіб привернення уваги покупців до фірми чи товарів, які хочуть продати.
- Види реклами: пряма реклама, масова реклама.
- Мета реклами: переконати покупця, спонукати до дії придбати товар чи замовити послугу.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНЯ



Учні виконують завдання.

1. Пригадайте і запишіть, що таке реклама.

Реклама – це засіб поширення інформації про товар чи послугу, які хочуть продати.

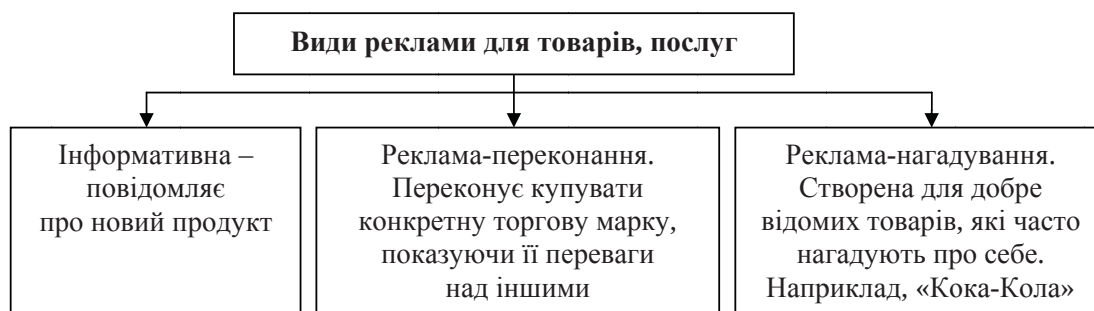
Рекламують не тільки товари і послуги, рекламою привертають увагу людей до деяких суспільних проблем. Спонукають їх до певних дій. Наприклад, до вкладення коштів у благодійні організації, на лікування дітей-інвалідів, рекламують строкову службу у Збройних силах України тощо. Усе це – соціальна реклама.

Є такі рекламні слогани: концерну «Рошен» – «Солодкий знак якості», гасло шоколаду «Баунті» – «Райська насолода», жувальної гумки «Дирол» – «Живи з усмішкою», кави «Нескафе» – «Нового дня ковток» тощо. Розглянь зображення рекламних слоганів (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Зразки реклами відомих брендів

2. Розгляньте і поясніть схему.



Деякі фірми ознайомлюють споживачів зі своєю продукцією, її перевагами, створюючи імідж реклами. Фірми розміщують їх на рекламних щитах, на транспорті, у популярних газетах і журналах, створюють рекламні ролики на телебаченні. Банки завжди починають свою діяльність зі створення імідж-реклами.

Торгові марки (знаки або бренди), які гарантують, що товар чи послуга є високої якості. Це певне зображення знаків, напис слів, підбір кольорів. Наприклад: «Кодак» – жовтий і золотий кольори, «Кока-Кола» – білий і червоний, а кришка золотого кольору тощо.

Пригадайте торгові марки автомобілів (рис. 7.2).



Рис. 7.2. Логотипи відомих автомобілів



Фізкультхвилинка

3. Створіть рекламу для своєї школи.

Щороку серед багатьох шкіл частина дітей навчається саме у твоїй школі. Склади рекламний «слоган» (гасло) так, щоб кількість таких дітей збільшувалася щороку. Запишіть його й естетично оформи.

4. Українські Карпати відомі своєю неповторною красою, чистим повітрям, прохолодними річками, смачними ягодами і грибами. Люди залюбки відпочивають на базах відпочинку й у приватних оселях. Адже стає популярним «зелений туризм». Придумайте і намалюйте рекламний щит відпочинку в Карпатах.

Рекомендує Копійка



Деякі компанії для збільшення своїх доходів використовують нечесні прийоми. Вони не заборонені законом, але розраховані на довірливого і неуважного споживача. Є такі «рекламні трюки». У будь-якій олії є вітамін Е, але покупці надають перевагу тому виробникові, який зазначає це на етикетці. Люди звикли купувати гречані крупи певного виробника в пакетах по 1 кг. Але компанія почала фасувати продукт у пакети по 850 чи 900 г за тією ж самою ціною. Вагу зазначає дрібним шрифтом.



Гривник запитує

Купівля цього товару – нечесний прийом реклами чи неуважність покупця? (*неуважність покупця*).



5. Закінчіть вірш.

Рекламу дивись, слухай і читай,
Але щоразу думай і *перевірай*.

Вправа «Реклама товару з мішка»

Хід виконання вправи

За завданням учителя учні у групах готують рекламу будь-якої речі, що міститься в мішку.

Учитель ділить дітей на 4–5 груп, кожна група з мішечка витягує річ, яку потрібно прорекламувати.

Презентацію у формі реклами учні можуть зробити на наступному уроці.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що таке реклама?
2. Навіщо споживачеві реклама?
3. Які рекламні оголошення вам запам'яталися? Які рекламні прийоми тут використані?
4. Якою повинна бути реклама?



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Реклама – засіб привернення уваги покупців до фірми чи товарів, які хочуть продати.
2. Види реклами: пряма реклама, масова реклама.
3. Мета реклами: переконати покупця, спонукати до дії придбати товар чи замовити послугу.
4. Інформативна реклама – повідомляє про новий продукт. Реклама-нагадування. Створена для добре відомих товарів, які часто нагадують про себе.
5. Реклама-переконання. Переконує купувати конкретну торгову марку, показуючи її переваги над іншими.
6. Товарна марка – особливий різновид реклами.
7. Реклама використовує такі засоби: телебачення, радіо, пресу, зовнішню рекламу, Інтернет тощо.
8. Рекламне повідомлення має бути коротким, цікавим, достовірним і зрозумілим покупцю.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Притча про філіжанку кави

Група випускників престижного вишу, які зробили чудову кар'єру, прийшли в гості до свого старого викладача-професора. Під час візиту розмова зайшла про роботу: випускники скаржилися на численні труднощі й життєві проблеми.

Запропонувавши своїм гостям каву, професор пішов на кухню і повернувся з кавником і підносом, заставленим різними чашками: порцеляновими, скляними, пластиковими, кришталевими. Одні були прості, інші – дорогі.

Коли випускники розібрали горнятка, професор сказав:

– Зверніть увагу, що всі красиві філіжанки розібрали, тоді як прості і дешеві залишилися. І хоча це нормально для вас – хотіти тільки кращого

для себе, але це і є джерелом ваших проблем та стресів. Зрозумійте, що горнятко само по собі не робить каву кращою. Найчастіше воно просто дорожче, але іноді навіть приховує те, що ми п'ємо. Насправді, все, що ви хотіли, – була просто кава, а не горнятко. Але ви свідомо вибрали кращі горнятка, а потім роздивлялися, кому яке горня дісталася.

Джерело: <http://ceprekrasno.com.ua>.

Цікаві факти про рекламу

- Щорічно у світі на рекламу витрачається понад 500 мільярдів доларів.
- До 65 років людина в середньому встигає подивитися 2 мільйони рекламних роликів.
- Стандартний рекламний щит був уперше створений в Америці 1900 року. Тоді ж вигадали встановлювати білборди вздовж вулиць і магістралей.
- Звичайний дитина дивиться в середньому 40 000 рекламних ТБ-роликів на рік. Це більше ніж 100 роликів на день.
- Реклама дитячих товарів розрахована на так званий «фактор ниття» (nag factor). Вона надихає дітей на купівлю певних товарів, які нібито зроблять їх «крутішими» і популярнішими серед однолітків. А далі це вже питання батьківського терпіння. Згідно з дослідженнями, американські тінейджери в середньому повинні попросити своїх батьків купити річ з реклами дев'ять разів, перш ніж ті здадуться і погодяться на покупку.
- Щоб кубики льоду під час зйомки реклами не танули під софітами, їх роблять з акрилу. Для бульбашок у напої додають мийні засоби і обов'язково розбавляють водою, щоб краще проходило світло.
- Учені Йоркського університету встановили, що американські фармацевтичні компанії витрачають на рекламу у два рази більше коштів, ніж на дослідження.
- Знаменита реклама про ковбоя Мальборо вийшла 1955 року. Спочатку як головний чоловічий образ використовували й інших персонажів: спортсмена, збройового майстра і капітана. Але суворий ковбой завоював найбільший комерційний успіх. Троє з акторів, що знялися в ролі ковбоя Мальборо, пізніше померли від раку легенів. А бренд заробив прізвисько «Вбивця ковбоїв» (Cowboy Killer).
- Вартість 30-секундного рекламного ролика під час трансляції Super Bowl (фінальна гра за звання чемпіона НФЛ США) 2013 року становила 3 мільйони доларів.
- Багато дослідників стверджують, що реклама є найбільшою і впливовою формою мистецтва на Землі.
- Попри те, що реклама Apple Macintosh «1984» була показана по ТБ усього один раз під час Суперкубка, ролик мав великий вплив на всю

подальшу рекламу. Знятий режисером Рідлі Скоттом спот був першим зразком «івент-маркетингу», ролик демонструє, що просування продукту заслуговує не менше уваги, ніж сам продукт.

- ✦ У рекламі будь-якого наручного годинника зі стрілками останні завжди встановлені на 10 годин 10 хвилин. Це імітація усмішки, а значить у того, хто дивиться на рекламу, не виникне неусвідомлюваного почуття пригніченості.
- ✦ Американська асоціація психологів стверджує, що діти до восьми років не здатні критично оцінювати рекламу і вважають усю представлену інформацію чесною, правдивою і об'єктивною.
- ✦ Виробники солодких газованих напоїв 2006 року витратили на рекламу загалом 492 мільйони доларів. Для порівняння, виробники молока Milk Processor Education Program, ініціатори кампанії «Got Milk», витратили того ж року на рекламу 67 мільйонів доларів.
- ✦ Більш як половина опитаних у ході дослідження дітей заявили, що придбання рекламованих товарів додає їм упевненості в собі.
- ✦ Перше платне рекламне повідомлення у США було розміщено 1704 року в газеті Boston News Letter. Це була реклама маєтку в Лонг-Айленді.
- ✦ Найдорожчою в історії політичної реклами кампанією стали вибори Президента США 2008 року – 2,6 мільярда доларів. Барак Обама витратив 310 мільйонів, а Джон Маккейн – 136 мільйонів доларів.
- ✦ У рекламі часто використовується техніка «умови ефективності»: рекламований продукт оточують товарами і предметами, які викликають у споживача позитивні емоції. Наприклад, пральні порошки краще всього оточити образами дітей, квітів, сонячного світла та інше. Вважається, що неодноразова демонстрація бренду в такому оточенні незмінно викликає позитивне ставлення споживача до рекламованого товару теж.
- ✦ Щоб мотивувати людей на купівлю товару, реклама апелює до психологічних потреб людини. Найбільш експлуатовані в рекламі інстинкти – це секс, страх, почуття особистої гідності, інстинкт самозбереження, наслідування і жадоба влади.
- ✦ Дослідження показують, що багаторазовий вплив ледь помітного подразника створює «ефект підглядання» (exposure effect), який підсилює позитивне ставлення до рекламованого товару. Крім того, навіть після двадцяти показів банера «ефект набридання» (Wear-out Effect) не виникає.
- ✦ Над зовнішнім виглядом їжі в рекламі працюють фуд-стилісти. Смажене курча в рекламі, наприклад, проходить такі приготування: спочатку фуд-стилісти натягують шкіру птиці і фіксують її з допомогою ниток та голки. Потім тушку набивають змоченими паперовими рушниками, які надають курці обсяг і випускають «апетитний» пар

під час нагрівання. Після цього курку підсмажують зовні до готовності шкіри (всередині тушка залишається сирим). У завершенні процесу птицю покривають золотисто-коричневою фарбою.

- У рекламі для дітей актори, зазвичай, набагато старші від потенційної цільової аудиторії. Наприклад, у рекламі іграшок для 8-літніх знімаються діти у віці 11–12 років, грають у рекламовані товари. Це роблять спеціально. Актори виступають як рольові моделі, зразки для наслідування для дітей молодшого віку.
- Стверджують, ніби Microsoft заплатила Rolling Stones 9 мільйонів доларів за використання їхньої композиції «Start Me Up» у рекламі Windows 95. Крім того, невідома пісня молодого виконавця може за одну ніч стати хітом після її використання в рекламі.
- Компанія Mars вважала головного героя фільму «Інопланетянин» (ET: The Extra-Terrestrial) таким потворним, що не дозволила використовувати у фільмі цукерки M&m's як приманку для настільки неприємного вигляду істоти. Замість M&m's творці стрічки використовували цукерки Reese's Pieces, продажі яких після випуску фільму зросли на 65%.
- Новітні дослідження показують, що найкращий спосіб переконати скептика що-небудь купити – це відмовитися від конкретних фактів у рекламі і зробити акцент на емоційному аспекті. І навпаки, людей, які до скептицизму не схильні, у рекламі більше переконують факти й інформативність.
- До винаходу 1440 року друкарського верстата реклама існувала у формі голосових оголошень.
- Найбільшу групу рекламодавців становлять виробники харчових продуктів.
- Ембієнт-реклама, яку законно і незаконно розміщують на несподіваних поверхнях (сходинок, громадських туалетах, перилах тощо) або проводять у несподіваних місцях (вулиці, торговельні центри), стала настільки успішною, що рекламисти почали активно освоювати все нові і нові нетрадиційні носії. Проте дослідники зазначають, що такий вид реклами викликає у споживачів почуття недовіри і відчуження, люди стають підозрілими і бачать у цьому рекламний підступ та сплановану дію.
- Дохід від реклами на радіо 1938 року перевищив дохід від реклами у друкованих виданнях.
- Витрати США на Інтернет-рекламу 2000 року становили 8,1 мільярда доларів.

Джерело: <http://facti.info/rizne>.

Цікавою є реклама води, від якої залежить ціна продукту.

Джерело: <http://www.facenews.ua/articles/2012/87357>.

Урок 8. ВПЛИВ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА НА ДОВКІЛЛЯ

Мета уроку

Формування розширеного уявлення про вплив людини на довкілля; наведення прикладів із життя раціональної поведінки споживача стосовно охорони довкілля.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Дає оцінку: впливу людини на довкілля.
Наводить приклади: стосовно проблем охорони довкілля.
Дотримується правил поведінки: «зеленого споживання».

Орієнтовний план уроку

1. Довкілля, «зелене споживання».
2. Правила поведінки у довкіллі.
3. Негативний економічний вплив людини на навколишнє середовище.
4. Необхідність збереження природних ресурсів.

Ключові тези

- Прийняття і поширення екологічного стилю життя визначається як green consumerism («зелене споживання»).
- «Зелена економіка» – цілісна економічна модель, що формує нову систему розвитку, в якій зменшується негативний вплив на довкілля.
- «Зелене споживання» передбачає:
 - формування екологічно дружнього підходу до споживання;
 - просування товарів та послуг, які не мають негативного впливу на людину і навколишнє середовище.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Пригадайте і запишіть, що таке «зелене споживання». Який символ зображений на екологічно чистих продуктах в Україні?

(екологічного стилю життя визначається як «зелене споживання», зелений журавлик)

2. Ви, звісно, пам'ятаєте: зелений журавлик має форму паростка на фоні Землі, що символізує життя на нашій планеті. Намалюйте його в колі.



3. Уважно прочитайте! Рекомендує Копійка



Люди не завжди дбали про збереження природи. Не переймалися тим, які продукти споживають, як переробити чи утилізувати відходи. Не було навіть поняття екологічного споживання, не було екологічного стилю життя.

Але природа почала ображатися на недбале ставлення до себе. Виникли глобальні проблеми, тобто проблеми, що охоплюють всю земну кулю.

Щороку збільшується кількість населення на Землі.

Нині на планеті налічується понад 6 млрд осіб, тобто збільшується кількість споживачів (стається демографічний вибух). Людям потрібні продукти, одяг, послуги. Вичерпуються корисні копалини, підвищується температура на Землі, забруднюється навколишнє середовище.

Планеті потрібні екологічно грамотні споживачі, щоб на Землі буяли ліси, цвіли квіти, текли ріки і виростали здорові діти.

Текст учитель доповнює інформацією про «зелене споживання» або презентацією на цю тему.



Фізкультхвилинка

4. Пригадайте і допишіть правила економічно грамотного споживача нашої планети.

- Упроваджувати енергозберігальні та екологічно чисті технології виробництва.

- Не забруднювати шкідливими речовинами водойми.
- *Викидайте сміття в урну чи контейнер, а не на тротуар.*
- *Після пікніку забори зі собою пластиковий посуд, консервні банки тощо.*
- *Купуй товари в екологічній упаковці.*
- *Вивчи знаки екологічного маркування продуктів тощо.*



Запам'ятайте! Рекомендує Копійка

Ти не тільки споживач у своєму місті чи селі, ти ще споживач на планеті Земля, яка є наша спільним домом.



5. Уявіть, що за декілька років створять школи «зеленого споживання» у кожному місті чи селі. Адже від грамотного виробництва, правильного вибору товарів, їх споживання, переробки й утилізації залежить майбутнє людства. Намалюйте герб такої школи.

6. Допишіть потрібні букви і поясніть зміст прислів'я.

Посієш вчинок – виросте звичка ...

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Що таке «зелене споживання»?
2. Назвіть знаки екологічного маркування, що використовують в Україні?
3. Які порушення екології вам відомі?
4. Що можете зробити ви як особистий внесок у збереження навколишнього середовища?



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. «Зелена економіка» – цілісна економічна модель, що формує нову систему розвитку, в якій зменшується негативний вплив на довкілля.
2. Головні сектори економіки: чиста енергія і чисті технології, відновлювані джерела енергії та використання біомаси, органічне сільське господарство, збереження лісів, сталий розвиток міст, включаючи планування, транспорт і «зелене будівництво», ефективне використання матеріалів у виробничих процесах та утилізація відходів.

3. «Зелене споживання» передбачає:

- формування екологічно дружнього підходу до споживання;
- просування товарів та послуг, які не мають негативного впливу на людину і навколишнє середовище;
- дотримання принципів 3R: Reduce (зменшуй споживання), Reuse (використовуй повторно), Recycle (переробляй).

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Чи допоможе «зелена економіка» розв'язати проблеми глобального розвитку

Аналіз свідчить, що протягом кількох десятиліть «зелену економіку» розглядали переважно не як цілісну економічну модель, що формує нову парадигму розвитку і відповідні політичні процеси, а як набір окремих технологічних інновацій, які зменшують негативний вплив на довкілля. Знаковою подією міжнародного рівня, що знаменувала початок нового етапу в міжнародній політиці щодо економічної екологізації світового розвитку та «офіційно» дала старт широкомасштабній розробці відповідних стратегічних орієнтирів та їх імплементації, стало проголошення ЮНЕП восени 2008 року Глобального зеленого нового курсу (ГЗНК), спрямованого на сприяння оздоровленню фінансової системи, подоланню рецесії в економіці, переведенню посткризового розвитку на екологічно чисту і стійку модель та збільшенню кількості робочих місць.

Головними секторами, на яких у рамках цього курсу було рекомендовано сфокусувати увагу, є такі: чиста енергія і чисті технології, відновлювані джерела енергії та використання біомаси, стале сільське господарство, включаючи органічне, обмеження емісій від процесу збезлісіння та деградації лісів і сталий розвиток міст, включаючи планування, транспорт і «зелене будівництво», ефективне використання матеріалів у виробничих процесах та утилізація відходів.

Для впровадження елементів «зеленої економіки» в окреслених секторах було запропоновано розробити комплекс заходів у таких напрямках, як державні інвестиції, фіскальні стимули, реформи в політиці та ціноутворенні, інфраструктура і зайнятість у трансформованих секторах економіки. До речі, піонером у впровадженні окреслених пропозицій став Європейський Союз, країни-члени якого включили до пакетів національних антикризових заходів і деякі із запропонованих.

Головна пропозиція ЮНЕП полягає в тому, що «зелена економіка» має потенціал стати моделлю, яка підвищує добробут людей і забезпечує соціальну справедливість, істотно знижуючи при цьому ризики для навколишнього середовища та його збідніння.

Моделювання, проведене при підготовці доповіді «Назустріч зеленій економіці»: шлях до сталого розвитку і викорінення бідності», показало, що «зелені інвестиції» забезпечать у наступних десятиліттях більш високі річні темпи зростання, ніж інвестиції у звичайний розвиток. І це економічне зростання не матиме негативних наслідків для навколишнього середовища.

Очікується, що відношення викидів до біологічної ємності, що становить сьогодні 1,5, знизиться до 2050 року до 1,2 і наблизиться до рівня 1, що відповідає сталому розвитку, у той час як у сценарії звичайного розвитку він може перевищити коефіцієнт на рівні 2.

Лісовий сектор. Так, економічний аналіз свідчить, що зниження темпів вирубки у два рази перевищує вигоди від політики щодо регулювання зміни клімату Землі.

Загальновідомо, що ліси є ключовим елементом «екологічної інфраструктури», адже в них – 80% наземних біологічних видів, тому саме від їхнього стану багато в чому залежить благополуччя більш ніж одного мільярда людей, що проживають у них або поряд із ними. З огляду на це пріоритетним об'єктом інвестування має стати зменшення вирубки лісів. Інвестування 0,03% ВВП у 2011–2050 роках у формі призначених для збереження лісів виплат власникам лісових угідь, а також приватне фінансування у відновленні лісів можуть підвищити додану вартість у лісовій галузі більш ніж на 20%. Ці заходи не лише сприятимуть збільшенню кількості вуглецю, що поглинається лісовими масивами, а й збільшенню офіційної зайнятості в окресленому секторі.

Сільське господарство. Аналіз, проведений на прикладі окремих ферм, показує, що «зелені сільськогосподарські технології» можуть істотно підвищити врожай, особливо на невеликих фермах, унаслідок використання екологічно безпечних методів роботи, серед яких – ефективне споживання води, широке вживання органічних і природних добрив, оптимальний обробіток ґрунту і комплексний контроль над шкідниками.

Щорічне інвестування в «зелене сільське господарство» 100–300 млрд дол. у період з 2010 року до 2050-го згодом могло б призвести до підвищення якості ґрунту і збільшення світових урожаїв найважливіших культур на 10% у порівнянні з показниками, які планується досягти при збереженні нинішніх інвестиційних стратегій.

Брак водних ресурсів. Згідно з прогнозами, щорічне інвестування 100–300 млрд доларів у водний сектор у період з 2010 до 2050 року призведе до підвищення ефективності в сільськогосподарському, промисловому і муніципальному секторах і зменшить до середини поточного століття попит на водні ресурси приблизно на 20%, а також на споживання підземних і поверхневих вод, як у коротко-, так і в довгостроковій перспективі.

Заміна викопного палива джерелами відновлюваної енергії та технологіями з пониженим рівнем викидів вуглецевих сполук. Факти свідчать, що сучасна структура глобального енергетичного сектору, заснована на викопному паливі, не лише призводить до змін клімату Землі, збільшуючи «парниковий» ефект, а ще й створює постійний ризик підвищення ціни на викопне паливо. Деякі африканські держави, включаючи Кенію і Сенегал, витрачають більш як половину свого доходу від експорту на імпорт енергоресурсів, а в Індії цей показник сягає 45%. Результати багатьох досліджень демонструють, що переорієнтація інвестування з джерел енергії з високим рівнем вмісту вуглецю на інвестиції в чисту енергетику могла б утричі збільшити ступінь проникнення відновлюваних джерел у виробництво енергії – із 16 до 45% 2050 року і значно підвищити енергетичну, економічну та фінансову безпеку в низці країн.

Зменшення матеріаломісткості виробництва і підвищення його енергоефективності. Так, цей сектор відповідає за 35% світового споживання електроенергії, понад 20% світових викидів вуглецю і видобуток більш ніж 25% первинних ресурсів. Також виробництво є одним із найбільших споживачів водних ресурсів (приблизно за 10% світової потреби у воді) й очікується збільшення цієї частки до 2030 року більш ніж на 20%. Таким чином, використання води на виробництві може досягти за обсягом її споживання в сільському господарстві та в містах.

«Озеленення» виробничого сектору передбачає широке коло заходів щодо продовження терміну служби товарів за рахунок перепроєктування, ремонту, модернізації та утилізації – процесів, що лежать в основі виробництва із замкнутим циклом. Наприклад, технології, засновані на переробці використаної продукції та деталей, що надходять через систему їх збирання, у даний час дозволяють щорічно заощаджувати приблизно 10 700 000 барелів нафти.

Утилізація відходів. За оцінками, окреслений сектор економіки має досить великий потенціал до озеленення, адже ємність світового ринку відходів, від збору до утилізації, оцінюється в 410 млрд на рік за обсягу регенерації або утилізації на рівні всього лише 25%. У світовому масштабі, при розвитку подій за сценарієм «зелених інвестицій», ступінь утилізації 2050 року могла б утричі перевищити аналогічний показник, що прогнозується для «коричневої економіки», при цьому кількість відходів, призначених для поховання, могла би зменшитися більш ніж на 85%. Очевидні й переваги для клімату: викиди метану з поховань відходів, що прогножуються на 2030 рік, могли би зменшитися на 20–30% без будь-яких витрат і на 30–50% – з витратами менш як 20 дол. за тону еквіваленту вуглекислого газу на рік.

Також удосконалення процесу утилізації відходів можливе завдяки впровадженню елементів «зеленої економіки». Останнім часом все більш

прибутковим і перспективним напрямом стає повторне використання матеріалів та отримання енергії з відходів. Так, численні дослідження доводять, що щорічно у світі, головним чином у сільській місцевості, генерується 140 млрд метричних тонн сільськогосподарських відходів, енергетичний потенціал яких відповідає аналогічному потенціалові 50 млрд тонн нафти. Тому повноцінне впровадження у сферу утилізації відходів елементів «зеленої економіки» передбачає до 2050 року перехід на повне використання цієї біомаси для отримання компосту або електроенергії.

Модернізація ЖКХ. Численні дослідження, проведені протягом останніх років, свідчать, що «зелена економіка» є більш сприятливою для сталого розвитку міст і зменшення шкідливих викидів в атмосферу.

Найважливішою умовою створення «зелених міст» є модернізація транспортної інфраструктури і будівництва, а також упровадження сталого та екоорієнтованого планування і містобудування. Опалення, освітлення, охолодження і вентиляція споруд є одним з найбільших у світі джерел викидів «парникових» газів в атмосферу (з обсягом викидів у 8,6 млрд тонн у перерахунку на еквівалент вуглекислого газу). Крім того, у містах споживається більш як третина світових матеріальних ресурсів, включаючи 12% усієї прісної води, а частка цього сектору в генеруванні твердих відходів, за оцінками, сягає приблизно 40%. Згідно з деякими прогнозами, вплив житлово-комунального господарства на навколишнє середовище подвоїться і досягне в наступні десятиліття 15,6 млрд тонн у перерахунку на еквівалент вуглекислого газу (приблизно 30% усього вуглекислого газу, що генерується в енергетичному секторі).

Щодо транспортної інфраструктури, то, як показало моделювання, щорічні інвестиції в «озеленення» цього сектору в розмірі 0,34% світового ВВП, починаючи приблизно зі суми 195 млрд дол. у період з 2010 до 2050 років, сприятимуть зниженню споживання палива на основі нафти максимально на 80% у порівнянні зі сценарієм звичайного розвитку й одночасно може підвищити зайнятість на 10 відсотків.

Глобальні зміни клімату Землі. Доведено, що переведення на «зелені моделі» більшості секторів економіки дозволить істотно знизити викиди «парникових» газів. Спрямування згідно із сценарієм «зеленого інвестування» у розмірі більш як половина від коштів на підвищення енергоефективності різних галузей і більш активне використання відновлюваних джерел енергії, включаючи біопаливо другого покоління, дозволить знизити світове енергоспоживання приблизно на 40% до 2030 року і щорічні викиди вуглекислого газу, пов'язані з енергетикою, до 20 Гт у 2050 р., у той час як сьогодні вони становлять близько 30 Гт. Разом зі зниженням викидів вуглецю за рахунок переведення на «зелені технології» сільського господарства очікується, що «зелений сценарій інвестування» дозволить зменшити концентрацію викидів до 2050 року до

450 частин на мільйон, тобто до рівня, потрібного для того, щоб у людства з'явилася можливість обмежити глобальне потепління двома градусами за Цельсієм.

Щодо соціального потенціалу «зеленої економіки», то передбачається, що вона здатна забезпечити такий самий рівень робочих місць, як і «коричнева економіка», а в низці секторів (сільське господарство, будівництво і експлуатація житла, лісове господарство і транспорт) вона сприятиме більш помітному підвищенню зайнятості в коротко-, середньо- і довгостроковій перспективі, ніж звичайний розвиток. Хоча в секторах, у яких спостерігається сильне виснаження природного капіталу, наприклад рибальство, перехід до нової моделі може призвести до втрати певної кількості робочих місць у коротко- і середньостроковій перспективі, що пов'язано з необхідністю відтворення рибних запасів і скорочення в цей час їх вилову. Це актуалізує розроблення превентивних та мінімізаційних соціальних заходів і розширення інвестування у процес освіти та перекваліфікації трудових резервів.

Отже, на даний час «зелена економіка» вбачається досить перспективним і прогресивним механізмом досягнення сталості, що може адекватно відповідати викликам і загрозам розвитку.

Джерело: <http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka>.

РОЗДІЛ III

Я В СУСПІЛЬСТВІ

Урок 9. СПІЛКУВАННЯ МІЖ ЛЮДЬМИ. ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ У ФІНАНСОВИХ СТОСУНКАХ

Мета уроку

Ознайомлення з культурою спілкування в сім'ї, школі, на вулиці; формування навичок групової взаємодії та активного слухання; виявлення значущості добрих взаємовідносин, що є основою формування толерантної поведінки.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Має уявлення: про культуру спілкування в сім'ї, школі, на вулиці.

Розуміє: значення добрих взаємин.

Знає: про правила спілкування у фінансових стосунках.

Орієнтовний план уроку

1. Спілкування як обмін інформацією.
2. Роль спілкування в житті людини.
3. Дотримання правил спілкування між людьми Спілкування в соціальних мережах.
4. Правила спілкування у фінансових стосунках.

Ключові тези

- Спілкування – це обмін інформацією між людьми.
- Є вербальне і невербальне спілкування.
- Основні складові спілкування: пізнання людини, обмін інформацією, співпраця, переживання певних емоцій.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Що таке спілкування? Запишіть.

Спілкування – це обмін інформацією між людьми.



Прочитайте! Рекомендує Копійка



Від уміння спілкуватися залежать благополуччя в сім'ях, взаєморозуміння в колективах, успіх у роботі. До людей, які легко вступають у розмову, ставляться із симпатією. А до мовчазних і замкннутих – з недовірою. Не всі можуть грамотно спілкуватися, адже потрібно вміти слухати і чути, вести бесіду, висловлювати власну думку.



Запитує Гривник

- А чи вмієте ви слухати?
- Що потрібно для того, щоб висловити власну думку?
- Жести і міміка допомагають чи заважають при спілкуванні?



2. Зірка спілкування засяє, якщо кожен із чотирьох промінчиків буде світити. Для вас слово «спілкування якого кольору?»



Рис. 9.1. Зірка спілкування

Розфарбуйте цим кольором зірку. Поясніть, як ви розумієте значення записаних висловів (рис. 9.1).

3. Розгляньте схему. Запишіть відповіді на запитання.



Запитує Гривник

Як можна спілкуватися невербально?
(Жестами і мімікою)



Гра у парах

«Невербальні етюди»: у крамниці, перукарні, музеї, транспорті тощо.

Уявіть, що ви перебуваєте у країні, мови якої не розумієте і не розмовляєте нею.

До якого виду спілкування належить спілкування в соціальних мережах?



ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

Про культуру спілкування дбав київський князь Володимир Мономах. У своєму «Повчанні дітям» він радив: «Не забувайте того доброго, що вмієте, а чого не вмієте, тому навчайтесь, жодної людини не пропустіть, не привітавши її і не подарувавши їй добре слово».



Фізкультхвилинка



4. Запишіть, які ви знаєте слова ввічливості у спілкуванні.

(Будь ласка, спасибі, доброго дня тощо).



Запитує Гривник

Чи використовуєте ви їх удома, у школі, на вулиці?



У магазинах, розважальних центрах, кінотеатрах, кафе, на стадіонах ти отримуєш товар чи послуги за гроші. Чи потрібно дотримуватися культури спілкування з продавцем, касиром, офіціантом?

5. Які людські чесноти сприяють комфортному спілкуванню? Допишіть перелік цих чеснот, назви яких починаються з першої букви відповідного кольору веселки (рис. 9.2).

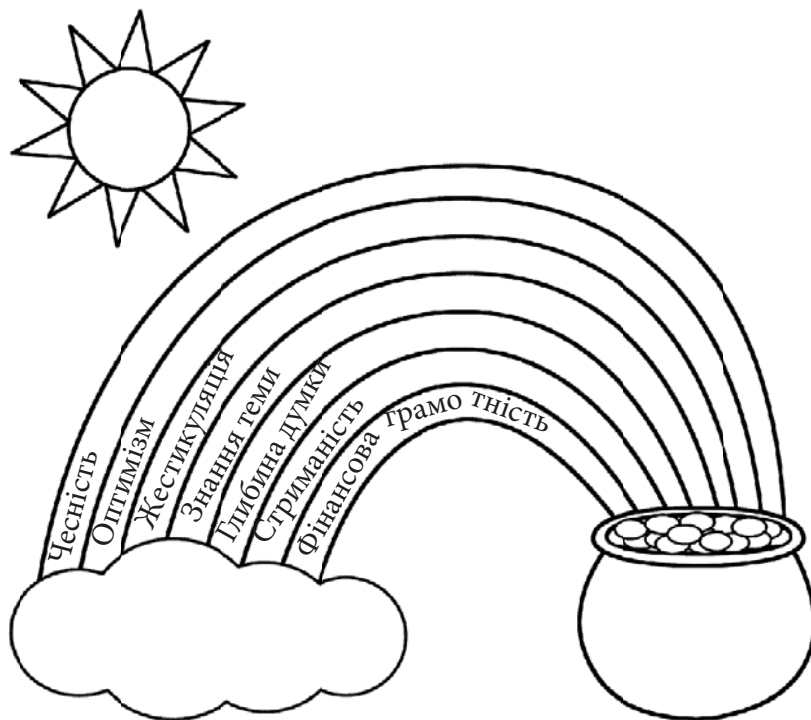


Рис. 9.2. Веселка цікавого співрозмовника

- Ч. Чесність
- О. Оптимізм, об'єктивність
- Ж. Жестикуляція
- З. Знання теми
- Г. Глибина думки
- С. Стриманість
- Ф. Фінансова грамотність

6. Як ви розумієте вислів Сократа:

«Заговори, щоб я тебе побачив»?



Запам'ятайте! Рекомендує Копійка



Основні складові ефективного спілкування:
слухати – розуміти – взаємодіяти.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. Яке значення має спілкування для людини?
2. Які ви знаєте типи спілкування?
3. Назвіть основні складові ефективного спілкування між людьми.
4. Чи є спілкування складовою толерантної поведінки людини?



ПІДСУМКИ



Підбиває Конійка

1. Спілкування – це обмін інформацією між людьми.
2. Є вербальне і невербальне спілкування.
3. Основні складові спілкування: пізнання людини, обмін інформацією, співпраця, переживання певних емоцій.
4. Основні складові ефективного спілкування: слухати – розуміти – взаємодіяти.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Про спілкування

Складові спілкування. Як і в будь-якого процесу, у спілкуванні є складові.

1. Контакт (вербальний або невербальний) – тому навіть знаючи, що з якоюсь людиною на іншому кінці країни ви будете говорити однією мовою і на одну тему, але не маючи з ним будь-якого контакту, поспілкуватися вам не вдасться.

2. Спільна мова (у тому числі й жести) – тому якщо ви, бажаючи поспілкуватися з іноземцем на злободенні, цікаві для вас теми, не зможете знайти спільну мову, спілкування не налагодиться.

3. Спільність тезаурусів («скарб») – тобто загальний запас знань про світ. Говорячи про спільність тезаурусів, можна згадати спроби спілкування колонізаторів з народами Африки. Культура, спосіб життя і уявлення про світ в учасників спілкування були абсолютно різними і контакт налагоджений не був.

Форми спілкування. Крім трьох необхідних складових, ми можемо говорити і про форми спілкування. Форми спілкування визначаються за

характером і змістом інформації, якою співрозмовники обмінюються між собою. Таким чином, можна виділити таке спілкування:

- службове (ділове). Приклад: офіційні перемовини про майбутню угоду;
- повсякденне (побутове). Приклад: розмова матері і дитини про те, як пройшов його день у школі;
- Переконавальне. Приклад: передвиборна промова кандидата в депутати;
- ритуальне. Приклад: спілкування між служителями храму під час проведення церемонії;
- міжкультурне (міжетнічне). Приклад: комунікація представника східної цивілізації з представником західної.

Культура спілкування. Культурою ж спілкування ми називаємо соціальне явище, яке відрізняється і характеризується нормативністю цього самого спілкування. Соціальні норми – це правила поведінки, що визначаються соціальними групами і очікувані в реальному поведінці учасників цих груп. Як наслідок, соціальне життя практично не може існувати без норм спілкування. Лексика та особливості мови, елементи мистецтва, ритуали, правила ввічливості та етикет, ігри та інше – усі ці соціальні явища типізують спілкування і формують різні людські як духовні, так і фізичні якості, перетворюючи їх на звички, які можна назвати масовими.

Формування культури спілкування. Але як формується культура спілкування? Хто допомагає нам освоїти її ази? Відповідь на це питання двоїсте. З одного боку, головним інститутом засвоєння соціальних норм є сім'я, тобто дорослі партнери людини по спілкуванню. Саме дорослі дають дитині основні уявлення про соціальні норми, табу, соціальні ролі, якими дитина потім користується, входячи в доросле життя.

Джерело: <http://moyaosvita.com.ua>.

Невербальне спілкування

Одним із засобів спілкування є невербальна (несловесна) комунікація. Це різні рухи тіла (жести, міміка, пантоміміка), інші засоби зовнішньої несловесного передання емоційних станів людини (наприклад, почервоніння, збліднення, зміна ритму дихання та ін.), які слугують засобами обміну інформації між людьми. Іноді кажуть про невербальну поведінку людини. При цьому йдеться про форми її поведінкової активності, не пов'язаної з мовою, але такі, що виконують комунікативну функцію (наприклад, розміщення людини у просторі, манери тримати якісь предмети тощо). Психологами встановлено, що у процесі взаємодії менеджера до 80% комунікацій здійснюється за рахунок невербальних засобів. Установлення менеджером ділового контакту залежить часто не стільки від того, що він

говорить, скільки від того, як він тримається. Тому велике значення мають сигнали, які посилає наше тіло, і їх треба знати.

Австралійський спеціаліст «з мови рухів тіла» А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається лише 7% інформації, зате за допомогою звукових засобів (включаючи тон голосу, інтонацію тощо) – 38%, міміки, жестів, пози – 55%. Відомо, наприклад, що в цирку артисти розмовляють між собою за допомогою жестів і деяких рухів тіла. Іноді життя людини, яка працює під куполом, залежить від того, наскільки точно її жести зрозуміють ті люди, що страхують її внизу. Цю мову жестів розуміють усі циркові артисти, незалежно від національності та мови.

Розповідають, що колись Ф. Достоевський виголосив чудову промову про О. С. Пушкіна. Пізніше цю промову було опубліковано. Проте прочитавши її, ті, хто слухав Достоевського, з подивом зауважували, що це зовсім інша промова. Однак це була та сама промова, але в надрукованому варіанті вона була позбавлена значної частки невербального впливу, емоційного забарвлення. Саме завдяки інтонаціям і рухам тіла найбільшою мірою залежить те, що одна й та сама дійова особа в п'єсі може подати себе як негативну, а в іншому – як позитивну.

В якій формі легше сприймається догана – у письмовій чи усній? У письмовій. Бо в усній формі догана супроводиться ще й насупленим поглядом, грізними бровами, суворою поведінкою, інтонацією, голосом. Усе це посилює негативний вплив на людину і пригнічує її. А в якій формі хотілося б сприймати подяку – у письмовій чи усній? В усній, бо вона супроводиться усмішкою, добрим поглядом, потиском руки, інтонацією тощо. Усе це посилює позитивний вплив на людину, на її самопочуття, настрій, викликає бажання працювати або робити щось ще краще, ніж раніше.

І якщо раніше невербальній комунікації відводилася допоміжна, другорядна роль, то нині психологи вважають, що вміння читати невербальні сигнали є важливою умовою ефективного спілкування. Чому? Наше ставлення до інших нерідко формується під впливом першого враження, а воно є результатом дії невербальних сигналів – ходи, виразу обличчя, поглядів, манери триматися, жестів, стилю одягу та ін. На думку американських дослідників, для формування першого образу співрозмовника важливими є перші чотири хвилини зустрічі, а деякі вважають, що досить і двох хвилин. Крім того, невербальні сигнали спонтанні, несвідомі і тому завжди щирі. Уміння користуватися цим арсеналом невербальної комунікації сприяє формуванню культури спілкування.

Різні люди реагують неоднаково на невербальні сигнали. Одні чутливі до них, інші – або нічого не знають про цю сферу комунікації, або не мають досвіду їх фіксації та розшифрування. Вважають, що жінки більш здатні до сприймання та інтуїтивного розуміння невербальних засобів, аніж чоловіки.

Слід зауважити, що невербальна комунікація залежить також від типу ділової культури. Існують, звичайно, жести, експресивні сигнали, які майже однакові в усіх народів (посмішка, сердитий погляд, насуплені брови, хитання головою тощо). Водночас досить багато невербальних засобів, звичок, які прийняті лише однією нацією. У книзі «Психологія міжкультурних відмінностей» В. В. Кочеткова наведено порівняльні дослідження щодо використання невербальних засобів німцями і росіянами. Німці не плещуть у долоні, як це роблять українці й росіяни, а тупотять ногами, свистять і кричать. Пози в німців більш вільні, вони спілкуються на більшій відстані, ніж росіяни. Контактують поглядами вони значно рідше, ніж росіяни, вираз обличчя мають більш застиглий. У німців не прийнято плескати по плечах, цілуватися й обніматися з малознайомими людьми при зустрічі. Відомо, наприклад, що в Америці зберігся принцип голосування, запроваджений індіанцями, і який називався кокосом. Вони розподілялися на групи і своє ставлення до предмета суперечки висловлювали тупотінням ніг. Вигравала та група, що гучніше тупотіла ногами. Американці зберегли цей метод голосування при обранні кандидатів від партій: виборці у штатах не заповнюють бюлетенів, а голосують ногами.

Є такі невербальні сигнали, що в одного народу передають одну інформацію, а в іншого – другу. Так, наприклад, згоду більшість європейських народів передають хитанням голови зверху донизу. Болгари ж цим жестом передають незгоду, а японці – лише підтверджують, що уважно слухають співрозмовника. Використання подібних жестів спричинює часто непорозуміння, і якщо точне значення жестів у культурі того чи іншого народу невідоме, то під час спілкування з іноземцями їх краще не використовувати.

Джерело: <http://pidruchniki.com>.

Притча про Сократа і три сита

Один чоловік запитав у Сократа:

– Знаєш, що мені сказав про тебе твій друг?

– Зачекай, – зупинив його Сократ, – просій спочатку те, що збираєшся сказати, через три сита.

– Три сита?

– Перш ніж що-небудь говорити, потрібно це тричі просіяти. Спочатку через сито правди. Ти впевнений, що це правда?

– Ні, я просто чув це.

– Значить, ти не знаєш, це правда чи ні. Тоді просій через друге сито – сито доброти. Ти хочеш сказати про мого друга щось хороше?

– Ні, навпаки.

– Виходить, – продовжував Сократ, – ти збираєшся сказати про нього щось погане, але навіть не впевнений у тому, що це правда. Спробуємо

третє сито – сито користі. Чи так уже варто мені почути те, що ти хочеш розповісти?

– Ні, у цьому немає потреби.

– Отже, – підсумував Сократ, – у тому, що ти хочеш сказати, немає ні правди, ні доброти, ані користі. Навіщо тоді говорити?

Джерело: <http://ceprekrasno.com.ua>.

Урок 10. ПОВЕДІНКА МІЖ ПРОДАВЦЕМ І ПОКУПЦЕМ. ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО КУПІВЛЮ ТОВАРУ

Мета уроку

Ознайомлення з культурою поведінки між покупцем і продавцем; формування навичок раціональних покупок товарів і раціональної поведінки споживача при використанні товару.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Має уявлення: про культуру поведінки між покупцем і продавцем.

Визначає: доцільність купівлі товару.

Наводить приклади: використання купленого товару.

Орієнтовний план уроку

1. Рішення про купівлю товару.
2. Вимоги споживача до якості та безпечності товару.
3. Продавець і покупець, норми спілкування між ними.
4. Купівля-продаж товару. Чек як письмова угода між продавцем і покупцем.

Ключові тези

- Споживач має право на вільний вибір товарів і послуг.
- Забороняється примушувати споживача придбати товари і послуги неналежної якості або непотрібного асортименту.
- Найголовніше правило споживача: завжди вимагати і зберігати розрахунковий документ.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНЯ



Учні виконують завдання.

1. Як ви розумієте вислів «Споживач має право на вільний вибір товарів і послуг»? Запишіть.



Запам'ятайте! Рекомендує Копійка



Закон України «Про захист прав споживача» надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг).

2. Як ви думаєте, чи можна примусити покупця придбати товар або послугу неналежної якості?

Ні.

3. Чи маєте ви право обміняти товар і що для цього потрібно мати? Запишіть.

Так, чек.

Законодавство України гарантує, що споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного товару відповідала інформації про товар, яка зазначена на етикетці. Наприклад, ти купив печиво, на упаковці якого зазначено, що воно з родзинками. Удома, розкривши упаковку, помітив, що це не так.

4. Багато товарів мають свій гарантійний термін, який зазначається в паспорті на товар. Розгляньте ситуацію, підкресліть потрібне твердження «так» або «ні».

Мама купила праску, гарантійний термін якої – рік. Через півроку праска зламалася. Мама може обміняти цю праску на нову в тому ж магазині, пред'явивши гарантійний талон: **так** чи **ні**.

Магазин береться за безоплатний ремонт цієї праски або повертає кошти: **так** чи **ні**.



ЦЕ ЦІКАВО! Зауважує Копійка

Для медикаментів, харчових продуктів, косметичних товарів та інших товарів, якість яких із часом погіршується, встановлюється термін придатності, який зазначається на етикетках, упаковках і який вважається гарантійним терміном.

Забороняється продавати товар, термін придатності яких минув.

5. Виконайте завдання.

На сезонні товари (одяг, хутро) гарантійний термін бере відлік з початку відповідного сезону. Наприклад, мама в липні за знижкою купила

хутрянну шубку. До зими ще далеко. З якого місяця почне діяти гарантійний термін? Подумайте і запишіть.

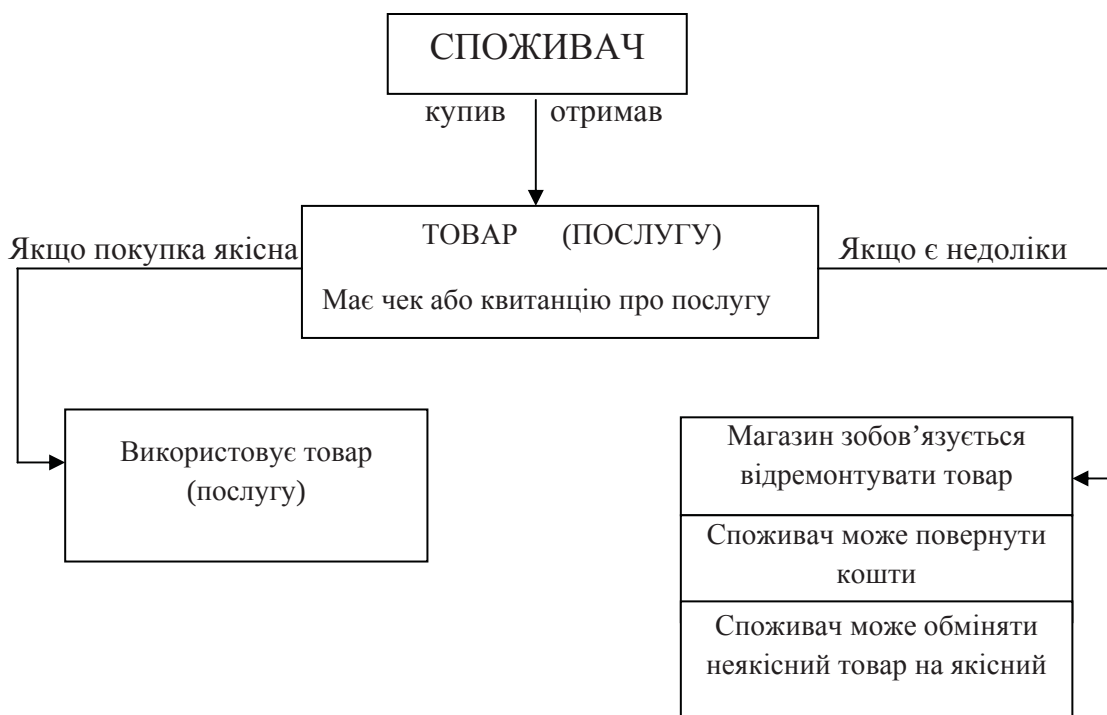
(З 1 жовтня)

6. Чи були у вашій сім'ї випадки, коли родичі повертали товар у магазин? Напишіть, за яких обставин.



Фізкультхвилинка

7. Розгляньте схему і поясніть її.



8. Попрацюйте із сусідом по партії.

Уявіть, що ви придбали неякісний товар. Розіграйте ситуацію повернення товару в магазин. З якими словами будете звертатися до продавця?

9. Впишіть потрібні слова у речення.

Тільки *грамотний* споживач отримує задоволення від покупки.

(Довідка: задоволення, грамотний).

Для чого потрібна інструкція? Чи завжди ви перед використанням товару читаете інструкцію?



Перегляд мультфільму «Фіксики. Інструкція».

10. Намалюйте покупку, яка принесла вам багато радості.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Гривник запитує

1. Як споживач приймає рішення про покупку?
2. Чи зобов'язаний продавець надавати інформацію про товар?
3. Для чого потрібна інструкція?
4. Який документ засвідчує покупку?
5. Назвіть основні норми спілкування покупця з продавцем.



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Споживач має право на вільний вибір товарів і послуг у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця (виконавця).
2. Забороняється примушувати споживача придбати товари і послуги неналежної якості або непотрібного асортименту.
3. Найголовніше правило споживача: завжди вимагати і зберігати розрахунковий документ (касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція, проїзний документ), що підтверджує факт продажу (повернення) товарів, надання послуг, отримання (повернення) коштів.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Прийняття рішення про купівлю товару

У моделі Енджела – Коллата – Блекуелла (ЕБМ) розглядається поведінка споживача загалом щодо купівлі товару (рис. 10.1). Поведінка споживача – діяльність, спрямована на придбання, споживання і розпорядження благами, включаючи процеси прийняття рішень. У визначення поведінки споживачів включені три базові види дій: придбання, споживання і відчуження.

Придбання – дії, що ведуть до купівлі, включаючи покупку, або замовлення продукту. Деякі з дій включають: пошук інформації про особливості продукту, вибір, оцінка альтернативних продуктів або марок і власне покупка.



Рис. 10.1. Модель Енджела – Коллата – Блекуелла (ЕБМ)

Споживання – як, де і коли споживачі використовують товари.

Відчуження – те, як споживачі позбуваються товару й упаковки.

Аналітики досліджують поведінку споживачів з екологічних позицій: як вони позбуваються упаковки / залишків товару, чи можуть товари біологічно розкладатися або бути піддані переробці? Можливо, споживачі захочуть продовжити життя деяких товарів як пожертви благодійним магазинам або продавши через Інтернет.

Сприйняття споживачами рівня виконання їхніх вимог до продукції або послуг визначає коефіцієнт (індекс) задоволеності (*Кзад.*):

$$(K_{зад.}) = N_{зад.} / N_{заг.},$$

де *Nзад.* – к-сть задоволених споживачів;

Nзаг. – загальна к-сть опитаних споживачів.

На сучасному етапі, як зазначалося, поведінка споживача не завжди підпорядковується простим закономірностям максимізації вигоди, раціональних оцінок, розрахунків і вибору.

Ж. Кролар пропонує спиратися на сукупність потреб, скорочено позначену як SABONE (Securite – безпека, Affection – прихильність, Bien etre – комфорт, Orgueil – гордість, Economic – економія). Окрім функціонального попиту, де важливими є якості, властиві самому товару, тобто існує нефункціональний попит, який обумовлений різними психологічними причинами. Престиж і мода, бажання наслідувати або виділятися, надія поліпшити свій образ «Я» за допомогою товару, компенсувати недоліки. У теорії попиту (фундаментальній концепції неокласичної політичної економії) зворотна залежність кількості товару, який купують,

від його ціни. На практиці співвідношення ціни і кількості придбаного товару не має безперервного характеру, це відображають найбільш типові моделі поведінки, які створюють нефункціональний попит.

Ефект «бендвегон» полягає в тому, що товар купують не за потреби, а в силу бажання не відстати від інших, бути як усі. Цей ефект свідчить про орієнтацію споживача на певну соціальну норму.

Ефект «сноба» висловлює, навпаки, прагнення виділитися з «натовпу», тому не купують товар, коли він доступний іншим.

Ефект Веблена властивий показовому демонстративному споживанню (важлива думка інших людей), пов'язаний із впливом ціни, коли з підвищенням ціни збільшується попит на товар, і, навпаки, зі зниженням ціни зменшує кількість покупок.

Ефект «ціна – якість» характеризується вищою ціною, яка відповідає вищій високій якості. Ефект «вірність якості», викликаний схильністю до фірми чи торгової марки, яка є авторитетом.

Психологи визначили кілька різних поколінь, які сьогодні живуть: бебі-бумери, покоління «Х», «Y» і «Z», усі вони по-різному бачать світ, мають різні життєві цінності, відповідно, різною є їхня поведінка як споживача.

Використовуючи демографічні показники, аналізуємо загальні тенденції поведінки вітчизняного споживача. В Україні спостерігається зменшення населення 48,2 млн (2001 рік) до 43 млн (2014-й). Зростає питома частка людей старше за 40 років (16 млн чол.). Покоління «Х», народжені 1971–1980 рр., є важливим соціальним фактором, що формує культуру й економічне життя, і є значно вимогливішим порівняно з поколінням дитячого буму, хоча це покоління становить на сьогодні 16% і вона робить 50% покупок. Зростає роль покоління «Y» (народж. 1980-х), коли свідоме їхнє життя розпочалося за часів розповсюдження сучасних телекомунікаційних та інформаційних технологій, нових стандартів життя, глобалізації та української незалежності. Ця генерація налічує 15,2% населення і справляє значний вплив на ринок музичних, спортивних, комп'ютерних товарів і сучасних гаджетів. Для «Y» успіх у соціальній сфері важливіший, аніж в особистому житті, сім'я для них не є такою глобальною цінністю, як для «Х».

Чи потрібний чек?

Ви купуєте товар, їдете громадським транспортом, замовляєте вікна, плануєте провести ремонт помешкання. Ви хочете, аби за ваші кошти вам надали саме той товар, ту послугу, яка вас влаштовує, і відповідної якості.

Однак, на жаль, нерідко буває, що споживача обважують, обраховують, надають неякісні послуги, продають неякісний товар тощо. Як бути тут?

І в такому разі найголовніше правило – завжди вимагати і зберігати розрахунковий документ! Відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», розрахунковий документ – це документ установлені форми і змісту (*касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція, проїзний документ тощо*), що підтверджує факт продажу (повернення) товарів, надання послуг, отримання (повернення) коштів, купівлі-продажу іноземної валюти, надрукований у випадках, передбачених цим Законом, і зареєстрований у встановленому порядку розрахункових операцій або заповнений вручну.

Чому це так важливо? Пункт 11 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» наголошує, що всі вимоги споживача розглядаються після пред’явлення споживачем розрахункового документа, а щодо товарів, на які встановлено гарантійний строк, – технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, з позначкою про дату продажу.

Так, для товарів – достатньо товарного або касового чека, який продавці зобов’язані видавати і в якому повинні бути вказані найменування товару, його ціна, дата продажу і реквізити продавця. Якщо чек вам не видали, вимагайте його у продавця!

Для послуг (робіт) – обов’язково виписують квитанцію (укладається договір), у якій повинні бути відомості:

- про виконавця послуги (роботи);
- початок роботи;
- кінцевий термін виконання роботи;
- ціну послуги (роботи) і порядок внесення плати;
- кількість і ціну пред’явленого вами матеріалу;
- гарантійний термін на послугу (роботу) тощо.

Придбавши товари на ринку, особливо непродовольчих, на які встановлені гарантійні терміни споживання, треба вимагати від продавця (суб’єкта підприємницької діяльності, який відповідно до законодавства має право не застосовувати касові апарати та розрахункові книжки) товарний чек, що засвідчує факт купівлі, в якому зазначаються: найменування суб’єкта господарювання і ринку, ряд і номер торговельного місця, найменування товару, ціна товару, дата продажу, прізвище, ініціали продавця, підпис.

Віддаючи річ у ремонт, споживач повинен простежити за тим, щоб у разі виникнення конфліктної ситуації в нього зберігся шанс отримати назад саме свою річ і саме в первинній комплектації. Для цього оформляють відповідну квитанцію, в якій повинні фіксуватися:

- термін початку і закінчення робіт (виконання замовлення);
- стан виробу, прийнятого для ремонту (відсоток зносу);
- наявність пломб;

- матеріал замовника і його кількість тощо;
- вартість замовлення.

Споживачеві обов'язково слід пам'ятати, що під час здавання в ремонт або чищення взуття, одягу або іншої речі обов'язково слід зазначати ступінь їх зносу. Маючи такий документ, споживач може розраховувати на відшкодування реальної вартості товару в разі його пошкодження або втрати.

Купуючи товар або замовляючи будь-яку послугу, не вірте продавцеві, що відмовляє вам видати чек, мотивуючи спрощеною системою оподаткування, правилами торгівлі або іншими причинами. У чинних законах і правилах відсутня підстава для відмови вам у видачі таких документів. Якщо підприємець не видає вам чек або інший розрахунковий документ, вимагайте його видачу самостійно. Не вимагаючи видачі таких документів і не маючи їх у своєму розпорядженні, ви самостійно і свідомо позбавляєте себе права на державний захист. У разі, якщо немає документів, які підтверджують вашу правоту, можна використати докази свідків! Але пам'ятайте: документи завжди надійніші за свідка!

Про якість і безпеку продукції

1. Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яку реалізують на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право:

- 1) на захист своїх прав державою;
- 2) належну якість продукції та обслуговування.

Працівники суб'єкта господарювання зобов'язані надати споживачеві потрібну, доступну, достовірну і своєчасну інформацію про товари, а також на вимогу споживача – документи, якими підтверджується їх якість і безпека, а також ціна товарів (наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 185 від 11.07.2003);

- 3) безпеку продукції;

4) потрібну, доступну, достовірну і своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця).

Споживач має право перевірити точність ваги відпущеного товару. Контрольно-вимірювальні прилади повинні розміщуватись на видному і доступному для споживачів місці (наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 185 від 11.07.2003);

5) відшкодування шкоди (збитків), завданих дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також про її виробника (виконавця, продавця).

У разі відпуску недоброякісної або виготовленої з порушенням технології страви (виробу) споживач має право за своїм вибором вимагати

від суб'єкта господарювання замінити її або сплатити вартість (постанова КМУ від 15.06.2006 № 833).

Джерело: <http://ing-org.dp.ua>.

Дещо про поведінку українських споживачів...

Констатовано вагому роль жінки при прийнятті рішень щодо придбання продуктів харчування, товарів особистої гігієни, побутової хімії, медичних засобів, ліків, предметів домашнього побуту, дитячого одягу та іграшок. Натомість спільно приймають рішення члени домогосподарств щодо купівлі товарів довготривалого використання, а саме побутової техніки, комп'ютера, меблів, автомобіля, нерухомості, а також щодо користування фінансовими послугами і проведення відпустки.

При розробці типології споживання підґрунтям став критерій поведінково-купівельних орієнтацій представників домогосподарств. Перший, найбільш поширений тип домогосподарств був нами інтерпретований як «консервативний»; 45,1% респондентів охарактеризували споживчу поведінку свого домогосподарства так: віддаємо перевагу добре відомим, перевіреним членами нашої сім'ї товарам; не прагнемо кардинально змінювати свої звички та уподобання. Другий за значущістю є «ощадливий» тип – 30,6% опитаних вказали, що переважно члени їхнього домогосподарства прагнуть заощадити при купівлі товарів, зважають на ціну, а торгова марка і бренд для них не є надто важливими. Представники третього, «естетичного», типу (12,0% від усіх опитаних) купують товари, що є привабливими та естетичними, звертають увагу передусім на зовнішній вигляд і дизайн. Своєю чергою, 9,6% респондентів вважають, що в їхніх сім'ях активно використовують новітні технології, зокрема мережу «Інтернет», для пошуку та купівлі товарів, віддають перевагу новинкам – це «новаторський» тип споживчої поведінки домогосподарства. Тільки 2,7% осіб оцінили споживчу поведінку своїх домогосподарств як «демонстративну» (купуємо переважно товари відомих брендів і торгових марок, при цьому не завжди зважаємо на ціну, виходимо з останніх модних тенденцій тощо).

Аналіз типів споживчої поведінки домогосподарств з урахуванням їхнього життєвого циклу показав, що особи у віці від 18 до 34 років у шлюбі без дітей та одружені з дітьми частіше характеризували належність власних домогосподарств до «естетичного» і «новаторського» типів.

Особи середнього віку (35–54 років) у шлюбі з неповнолітніми дітьми та одружені, з якими проживають інші члени сім'ї, схильні обирати «консервативний» тип поведінки.

А для подружніх пар у віці від 55 років і старше, що проживають без дітей («порожнє гніздо»), характерною є ощадлива поведінково-купівельна стратегія (рис. 10.2).

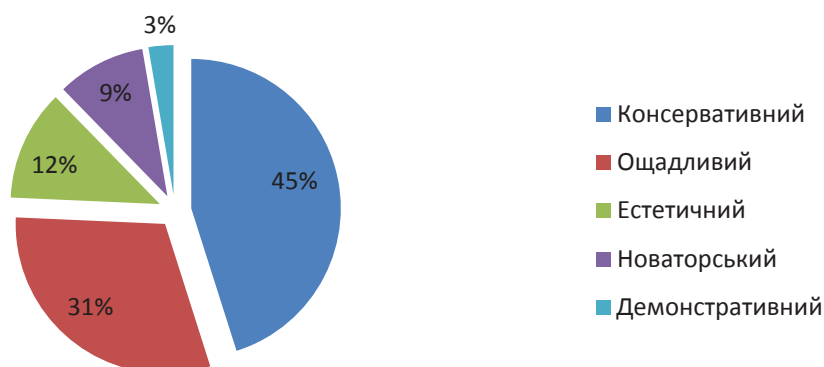


Рис. 10.2. Типи поведінки українського споживача

Проаналізуймо такий аспект споживчої поведінки, як утилізація. З'ясовано, що 48,8% опитаних залишають застарілі речі, якими зараз не користуються, мотивуючи це можливістю використати їх у майбутньому. Щодо зношених чи пошкоджених речей, то 35,7% респондентів викидають їх, а 33,1% – розглядають можливість відремонтувати або переробити для подальшого використання. Не існує статистичного зв'язку між типом споживчої поведінки домогосподарств і тим, як їхні представники в подальшому використовують застарілі, зношені, поломані речі.

У межах емпіричного дослідження респондентам запропонували питання про ставлення до споживачів у державних і приватних закладах, установах. Виявлено, що опитувані оцінюють ставлення обслуговуючого персоналу як «краще» у приватних установах порівняно з державними. Про це свідчать середні оцінки: у комерційних банках ставлення до споживачів оцінили у 4,16 бала; у приватних медичних закладах – у 4,28 бала. Найбільш однотайно респонденти оцінили позитивне ставлення обслуговуючого персоналу в закладах культури: театрах, кінотеатрах, кафе, кав'ярнях, а також в аптеках і торговельних мережах.

Джерело: <http://mydisser.com>.

Урок 11. ПРАВИЛА ПОВЕДІНКИ У ФІНАНСОВИХ УСТАНОВАХ

Мета уроку

Ознайомлення з фінансовими установами та їх призначенням в економіці; формування грамотних фінансових відносин між споживачами і працівниками фінансових установ.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Має уявлення: про фінансові установи і розуміє їх призначення.

Наводить приклади: фінансових установ у своїй місцевості.

Розігрує: модель спілкування у фінансовій установі.

Орієнтовний план уроку

1. Фінансові установи. Банк як основна фінансова установа.
2. Фінансові послуги і їхні види.
3. Правила поведінки у фінансових установах.

Ключові тези

- Фінансові установи: банки, кредитні спілки, ломбарди, страхові компанії, установи накопичення пенсій, брокерські компанії тощо.
- Банк – головна установа, в якій надають фінансові послуги.
- Національний банк України є центральним банком, який надає кредити урядові і комерційним банкам, а також веде контроль за діяльністю всіх фінансових установ країни.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.



1. Прочитайте текст. Підкресліть назви фінансових установ.

Основна фінансова установа – *банк*, у якому надають фінансові послуги: надання кредитів, оформлення депозитів (гроші кладуть на рахунок на певний час, щоб отримати дохід), обмін валют, переказ грошей, виплата пенсій тощо. Вони виконують роль фінансових посередників.

Національний банк України є центральним банком, який надає кредити урядові і комерційним банкам, а також веде контроль за діяльністю всіх фінансових установ країни.

Фінансові послуги забезпечують рух коштів від власників до користувачів, якими є часто підприємства і звичайні споживачі (рис. 11.1).

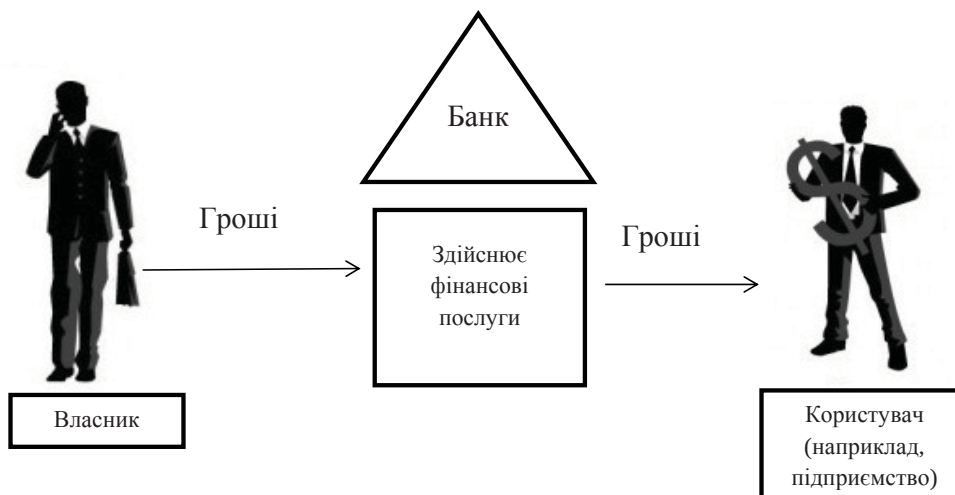
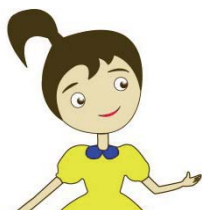


Рис. 11.1. Загальна схема функціонування банку

Крім банків, є ще інші фінансові установи: *кредитні спілки, ломбарди, страхові компанії, установи накопичення пенсій, брокерські компанії тощо.*



ЦЕ ЦІКАВО! Зауважує Копійка

Страхові компанії відшкодовують своїм клієнтам збитки, виплачують гроші в результаті стихійних лих, нещасних випадків тощо. Страхують життя, здоров'я, машини та інше майно.

2. Напишіть фінансові установи, які є у вашій місцевості.

Наприклад: *Ощадбанк, ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль, страхова компанія «Княжа» тощо.*



ЦЕ ЦІКАВО! Зауважує Копійка

У фінансових установах працюють спеціалісти, які дотримуються професійної етики. Кожен фінансовий заклад прагне мати якомога більше клієнтів – підприємств чи звичайних споживачів. Що більше клієнтів, то більше доходів отримує банк, адже отримує за свою роботу кошти.

Усі працівники таких установ повинні діяти чесно, професійно, справедливо, служити інтересам клієнта. У багатьох фінансових закладах діє правило «Споживач завжди правий». Своєю чесною професійною роботою банки та інші фінансові установи підтримують добру репутацію, завойовують довіру людей.

Робота в парах

Поміркуйте, який діалог може відбутися між працівником банку і клієнтом, котрий хоче оформити кредит на купівлю товару, придбати дорогоцінні метали, іноземну валюту, застрахувати свою машину. Оберіть конкретну ситуацію і розіграйте її із сусідом по партії.



Фізкультхвилинка

3. Коли клієнт заходить до фінансового закладу, то зустрічається з його працівниками. Запишіть кілька загальноприйнятих фраз, які будуть приємні для клієнта і викличуть його довіру.

Ми раді вас бачити... Ми готові вам допомогти... Ми подбаємо...

4. Іноді людям у фінансовій установі потрібно почекати, подумати, відпочити. Запишіть, щоб ви б розмістили в куточку для клієнта.

Зручне крісло чи диван, столик на якому були б флаєри із цікавими рекламними пропозиціями фінансових послуг банку тощо.

Поміркуйте і назвіть основні правила фінансово грамотної поведінки споживача при вкладенні коштів на депозит у банку.

5. Працівники кожної фінансової установи мають свої форму. Уявіть себе дизайнером одягу для фінансистів. Підберіть кольори і фасон. Намалуйте працівника в оригінальному одязі.



Джерело: <http://cn.depositphotos.com>.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. Які ви знаєте фінансові установи?
2. Які послуги надає банк?
3. Чи зобов'язаний банк дотримуватися банківської таємниці?
4. Пригадайте, які функції виконує Національний банк України.
5. Яку функцію в економіці виконують страхові компанії?



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка

1. Фінансові установи: банки, кредитні спілки, ломбарди, страхові компанії, установи накопичення пенсій, брокерські компанії тощо.
2. Банк – головна установа, у якій надають фінансові послуги.
3. Кредит – надання грошей у позику.
4. Депозит – це гроші, які кладуть на рахунок у банку на певний час, щоб отримати дохід у формі відсотка.
5. Національний банк України є центральним банком, який надає кредити уряду і комерційним банкам, а також веде контроль за діяльністю усіх фінансових установ країни.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Про страхування

Я не знаю жодної сім'ї, яка розорилася, виплачуючи страхові внески, але я знаю сім'ї, які розорилися, не роблячи цього.

У. Черчілль

Страхування – ваша гарантія проти збитку, якого не можна уникнути або якому не можна запобігти. Якщо говорити коротко і по суті, то сенс будь-якого страхування полягає в економічному захисті майнових інтересів застрахованої особи.

Наявність страхового поліса (договору страхування) допомагає впоратися з неприємними сюрпризами і знизити ризики, оскільки мета страхування – зменшення матеріального збитку застрахованої особи і/або її близьких.

Досягнувши певного рівня добробуту, у людини виникає потреба захистити його від втрати. Вона страхує життя, здоров'я, майно, іноді свою цивільну відповідальність від можливих у кожному конкретному випадку ризиків. Майно страхується від пожежі, дії води, протиправних дій третіх осіб. Життя і здоров'я – від ризиків смерті, критичних захворювань, повної або часткової втрати працездатності. При цьому страхування дозволяє розраховувати на отримання грошової компенсації в разі, якщо небажана подія все-таки сталася. Наприклад, отримавши травму в результаті нещасного випадку, людина за рахунок страхової виплати може компенсувати збитки, неминуче пов'язані з лікуванням, перервою в роботі.

Таким чином, відшкодувавши отриманий збиток, страхування дозволяє підтримувати стабільність і стійкість досягнутого рівня життя. Страховий поліс (страховий договір) не виключає з нашого життя небезпеки і ризики, але допомагає з ними впоратися, фінансово компенсуючи їхні наслідки.

Джерело: <http://www.velta.kiev.ua>.

Основні правила грамотної фінансової поведінки: як правильно обрати депозитний вклад

1. Визначте цільове призначення банківського вкладу, від цього залежатиме вибір виду депозитів. Якщо ви володієте обмеженою сумою і хочете просто захистити кошти від інфляції, обирайте вклад без можливості поповнення. Процентна ставка залежатиме від розміру вкладу. Зазвичай, дохід від строкових депозитів без права поповнення вищий, аніж від ощадного вкладу і вкладу «до запитання». Якщо ж ви збираєте гроші на велику покупку або на відпустку, вигідніше відкрити вклад, що дозволяє додатково вносити на рахунок будь-яку суму. У цьому разі ви зможете поповнювати свої накопичення в міру можливості.

2. Визначте тривалість дії депозиту. Банки пропонують різні варіанти: від одного місяця до кількох років. Що більший термін, то вища процентна ставка за вкладом. Однак приймати рішення потрібно дуже обережно, зваживши всі «за» і «проти». Річ у тому, що на цей час вам доведеться «забути» про вкладені гроші. Якщо вклад закривається достроково, банк нараховує мінімально можливу суму доходу. Обираючи довгостроковий депозит, з'ясуйте, чи передбачена капіталізація відсотків. Це означає, що через певний термін, наприклад раз на місяць, нарахований дохід приєднується до первісного внеску. Надалі відсотки нараховуються на збільшену суму.

3. Оберіть валюту вкладу, в якій будете зберігати кошти. Значною мірою вибір валюти залежить від цільового призначення вашого накопичення. Так, якщо після закінчення депозитного договору ви плануєте купувати нерухомість, оплачуючи її валютою, то варто розглядати

валютні вклади. Таж само ситуація з відпочинком за кордоном. Якщо ж накопичення призначене для непередбачених витрат (фінансовий резерв), то найкраще відкривати вклад у національній валюті, щоб не втрачати різницю на конвертації і при цьому отримати значно більші відсотки.

4. Вивчіть ринок банківських послуг. Для цього відвідайте кілька великих і авторитетних банків. Поцікавтесь умовами відкриття депозитів, процентними ставками та іншими важливими для вас моментами. Візьміть зразки договорів й уважно прочитайте їх удома. Здебільшого, на вклади зі схожими умовами банки пропонують однакові процентні ставки. Якщо ж обіцянки за відсотками більше нагадують «золоті гори», варто додатково перевірити репутацію фінансової установи. Інший «підводний камінь» криється в пункті договору, згідно з яким банк залишає за собою право зміни депозитної ставки без повідомлення клієнта.

5. Порівняйте прибутковість різних депозитів. Порахувати потенційний прибуток можна самостійно, скориставшись, наприклад, спеціальним Інтернет-сервісом. Можете звернути увагу на такий нюанс. На перший погляд більш тривалий депозит принесе більше грошей.

Однак якщо ви не плануєте знімати з рахунку нараховані відсотки, то продовжений кілька разів місячний внесок може виявитися вигідніше. Хоча в цьому є «інший бік медалі»: банк може змінити умови вкладів через один – три місяці і, відповідно, прологанція (продовження терміну дії) договору буде відбуватися вже на нових умовах, які можуть бути менш привабливими.

6. Інвестуючи велику суму, розділіть її на кілька внесків. Для більшої впевненості депозити можна відкрити в різних банках. Держава гарантує повернення грошей у разі визнання банку неплатоспроможним і позбавлення його ліцензії. Виплати невеликих депозитів відбуваються швидше.

Коли визначатимете з цільовим призначенням вкладу (крок 1), майте на увазі, що депозит – це фінансовий інструмент, який призначений для вирішення певних фінансових питань. У деяких питаннях депозит – найкраще рішення. Але в певних питаннях банківський вклад може бути менш ефективним. Тому варто розуміти, що на фінансовому ринку існує багато різних фінансових продуктів, кожен з яких має своє призначення.

Джерело: <http://vseprogroshi.com.ua>.

РОЗДІЛ IV

Я В ДЕРЖАВІ

Урок 12. ПРАВА І ОBOB'ЯЗКИ У ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИНАХ

Мета уроку

Формування розширеного уявлення про права і обов'язки людини як громадянина; ознайомлення з правами і обов'язками споживача у фінансових відносинах; приклади фінансових правовідносин.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Має уявлення:</i>	про права і обов'язки людини як громадянина у фінансових відносинах.
<i>Розрізняє:</i>	фінансові правовідносини.
<i>Наводить приклади:</i>	фінансових правовідносин.

Орієнтовний план уроку

1. Права і обов'язки людини як громадянина.
2. Фінансові відносини.
3. Види фінансових правовідносин.

Ключові тези

- Споживачами фінансових послуг є звичайні споживачі та підприємства, яким дане право самостійно обирати фінансову установу для отримання потрібної послуги.
- В Україні діють державні органи, які регулюють діяльність на фінансових ринках і здійснюють захист прав споживачів фінансових послуг.
- Споживачі фінансових послуг наділені широкими правами у сфері споживання фінансових послуг.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ВПРАВИ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Запишіть, які права і обов'язки громадянина ви знаєте.

(право на працю, право на відпочинок, право на освіту, обов'язок сплати податків тощо).

2. Прочитайте текст і виконайте завдання.

Права і обов'язки кожного зазначені в Конституції України. Держава гарантує, забезпечує права і свободи людини, створює умови для їх реалізації.

У статті 3 Конституції України наголошено, що людина, її життя і здоров'я, її честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Це означає, що людина є цінністю не тільки для самої себе, а й для держави. Права людини поширені на всіх осіб, які живуть у нашій країні, а права громадянина – тільки на громадян України. Наприклад, у виборах до органів державної влади іноземні громадяни участі не беруть.

Кожна людина має використовувати свої права так, щоб не порушувати права іншої людини. Наприклад, кожен має право на освіту. Ти хочеш уважно слухати пояснення вчителя, а твій товариш на уроці викрикує, відвертає увагу від пояснення вчителя. Він порушує твоє право. Після школи ти пішов у гості до друга. Маєш право на відпочинок, але мама хвилюється, тож твій обов'язок зателефонувати мамі і вчасно повернутися додому.

На вільних промінчиках сонечка запишіть права дитини (рис. 12.1).



Рис. 12.1. Права дитини

На допомогу вчителю: на сім'ю: на відпочинок, на інформацію, на навчання, на ім'я і громадянство, на повноцінне харчування, на розвиток своїх талантів, на вільне висловлення думки, на любов, на спілкування.

3. Допишіть речення.

Правові можливості людини, що забезпечують її життя, гідність, свободу діяльності, – це *права*.

Сукупність зобов'язань людини перед іншими людьми – це *обов'язки*.

4. Розгляньте логотип прав людини і поясніть, як ви розумієте це зображення (рис. 12.2).

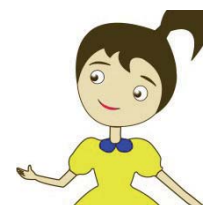


Рис. 12.2. Логотип прав людини

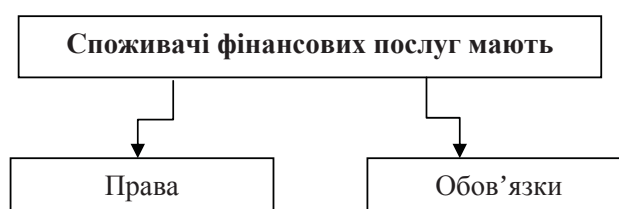
Придумайте і намалюйте логотип обов'язків людини.

Зауважує Копійка

Кожен громадянин нашої держави у фінансових відносинах із фінансовими установами повинен знати про свої права і обов'язки.



5. Розгляньте і поясніть схему.



Право самостійно обирати установу.
Право споживача на потрібну інформацію.
Право на захист.
Право на якісне обслуговування.
Право на відмову від фінансової послуги.

Ознайомитися з умовами надання послуг.
Дотримуватися умов складеного договору.
Дотримуватися законних дій.

! *Запам'ятайте! Рекомендує Копійка*

Основний документ, що засвідчує укладену угоду між споживачем і фінансовою установою, – це **письмовий договір**.



6. У текст впишіть слово «право» або «обов'язок».

Тато застрахував машину на один рік. Він обрав страхову компанію, використав своє *право*. Ознайомився з умовами страхування. Це його *обов'язок*. Отримав потрібну інформацію. Це його *право*. Уклав договір із компанією. Це його *право*. Сплатив потрібну суму. Це його *обов'язок*. У разі аварії чи нещасного випадку страхова компанія повертає кошти на ремонт автомобіля. Згідно з умовами укладеного договору це *обов'язок* страхової компанії.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. Які основні права і обов'язки мають громадяни України?
2. Хто є споживачем фінансових послуг?
3. Який документ засвідчує про укладення угоди між споживачем і фінансовою установою?
4. Які права споживача фінансових послуг вам відомі?
5. Назвіть обов'язки споживача фінансових послуг.



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Споживачами фінансових послуг є звичайні споживачі та підприємства, яким дано право самостійно обирати фінансову установу для отримання потрібної послуги.
2. Фінансові послуги надають тільки фінансові установи.
3. В Україні діють державні органи, які регулюють діяльність на фінансових ринках і здійснюють захист прав споживачів фінансових послуг.
4. Договір про фінансові послуги як письмовий документ складається з умов, про які домовилися сторони. Вимоги до змісту цих договорів установлюються законодавством.
5. Споживачі фінансових послуг наділені широкими правами у сфері споживання фінансових послуг.
6. Особлива увага приділяється праву споживача на потрібну, достовірну і своєчасну інформацію про фінансову послугу.
7. Окрім прав, споживачі фінансових послуг наділені обов'язками.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Договір про фінансові послуги – це письмовий документ, який складається з обов’язкових реквізитів та умов договору. До обов’язкових реквізитів належить:

- назва документа;
- назва, адреса і реквізити суб’єкта підприємницької діяльності, який отримує фінансові послуги, або прізвище, ім’я і по батькові фізичної особи, яка отримує фінансові послуги, та її адреса;
- найменування, місцезнаходження юридичної особи, яка надає фінансові послуги;
- підписи сторін.

До обов’язкових умов договору належать такі:

- найменування фінансової операції;
- розмір фінансового активу, зазначений у грошовому вираженні, строки його внесення та умови взаєморозрахунків;
- строк дії договору;
- порядок зміни і припинення дії договору;
- права і обов’язки сторін;
- відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання умов договору;
- інші умови за згодою сторін. Фінансовим установам забороняється в односторонньому порядку збільшувати розмір процентної ставки або інших платежів без повідомлення споживача.

Споживачі фінансових послуг мають такі права:

- право на захист через державні органи (Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Держспоживінспекція, суди);
- право на належну якість обслуговування, що включає повагу особистості, відсутність дискримінації за статевим, релігійним, майновим станом, расою, національністю тощо;
- право на потрібну, достовірну і своєчасну інформацію про фінансову послугу;
- право вільного вибору фінансової послуги і компанії, яка її надає;
- право знати свої права споживача фінансових послуг, що включає можливість здобувати знання, потрібні для прийняття самостійних рішень, про фінансові послуги;
- право на відмову від фінансової послуги і розірвання договору про таку послугу в разі, якщо виконавець такої послуги своєчасно не приступив до виконання обов’язків за договором;

- право на відшкодування збитків, завданих невиконанням або неналежним виконанням договору про фінансові послуги;
- право на об'єднання у громадські організації споживачів фінансових послуг;
- інші права, передбачені законодавством України.

Основні обов'язки споживача фінансових послуг:

- перед укладенням договору про фінансові послуги уважно ознайомитися з умовами надання цих послуг;
- дотримуватися умов договору про фінансові послуги при його реалізації;
- у разі нерозуміння умов договору і правил надання фінансових послуг звернутися за їх роз'ясненням до фінансової установи, яка надає послугу;
- подавати до фінансової установи документи, потрібні для здійснення ідентифікації споживача;
- надавати, у разі потреби, на вимогу фінансової установи документи і відомості про джерело походження коштів, які надаються для здійснення фінансової операції;
- дотримуватися чинного законодавства у своїй діяльності, зокрема при споживанні фінансових послуг;
- інші обов'язки, встановлені законодавством України.

Урок 13. ПОДАТКОВА ОСВІЧЕНІСТЬ ЛЮДИНИ

Мета уроку

Формування уявлення про податки; ознайомлення з історією податків; розуміння необхідності сплати подаку кожним громадянином як джерела основних доходів держави; приклади використання податкових надходжень державою.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Має уявлення:

про податки.

Виявляє інтерес до пізнання:

минулого з історії податків.

Розуміє:

необхідність сплати податку як обов'язку кожного.

Наводить приклади:

використання податкових надходжень державою.

Орієнтовний план уроку

1. Для чого державі потрібні податки.
2. Податки в історії нашого народу.
3. Податки в житті твоєї сім'ї.
4. Сплата податку – обов'язок кожного.

Ключові тези

- Податок – це частина зароблених грошей, яку повинен сплачувати до державного бюджету кожен громадянин.
- Податки є основним інструментом перерозподілу доходів між членами суспільства з метою зменшення нерівності в доходах і засобом стабілізації економіки загалом.
- Сплативши податки, ми створюємо прийнятні умови не лише для свого життя, а й для життя всіх громадян нашої країни («По зернятку – до достатку!»).

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ВПРАВИ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Пригадайте і запишіть, що таке податки і хто їх сплачує.

Від своєчасної сплати податків залежить життя і здоров'я багатьох: пенсіонерів, студентів, безробітних, інвалідів, дітей-сиріт, виплата

зарплат для вчителів і лікарів. За сплачені податки утримується армія і міліція, будують дороги, надається допомога при надзвичайних ситуаціях, стихійних лихах тощо. Отже, держава зі свого бюджету оплачує окремі товари і послуги своїм громадянам.



2. Запишіть, хто у вашій сім'ї сплачує податки.

3. Запишіть, хто отримує грошову допомогу від держави.

Пенсіонери, студенти, безробітні, інваліди, діти-сироти.

Запитує Гривник

? Як ви думаєте, чи сплачують податки наш Президент і Прем'єр-міністр?

Сплата податків державі встановлена Конституцією України і обов'язкова для всіх громадян і підприємств.



4. Розгляньте і поясніть схему.



Фізкультхвилинка

ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

У давнину правителі держав вимагали від своїх громадян сплачувати податки продуктами, тваринами, зерном, виробами і використовували працю людей. З часом почали збирати коштовності або гроші.

В Україні податки сплачують гривнями. Оподатковуються доходи, майно, вартість товару, земля і її надра.

Оподатковується заробітна плата твоїх батьків. Частину зароблених грошей забирає держава. Що більша зарплата, то більший податок сплачують.

Податки на прибуток сплачують підприємці, власники земельних ділянок – на землю, власники будинків – на нерухомість. А при ввезенні в Україну автомобілів, продовольчих чи інших товарів з-за кордону сплачується мито.

Податки платите і ви, коли в магазині купуєте печиво, морозиво, цукерки, воду тощо.



5. Уважно розгляньте отриманий чек, де вказані ціна і величина оплаченого податку – ПДВ (податок на додану вартість). Приклейте в рамку фіскальний чек, де вказаний ПДВ.



ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

Цікавою є історія вислову «Що з воза впало – те пропало». У давнину купці перевозили свої товари на возах і платили податок на кожен віз. Щоб зменшити оплату податків, на віз клали багато товару. Через погані дороги багато речей падало. Місцеві князі ввели правило: «Що впало з воза, те пропало».

6. Декілька років підряд в Україні діє конкурс «Податки очима дітей». Розгляньте логотип конкурсу (рис. 13.1) і виконайте конкурсну роботу.



Рис. 13.1. Логотип конкурсу «Податки очима дітей»

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. Що таке податок?
2. Хто повинен сплачувати подати?
3. Для чого потрібні податкові надходження державі?
4. Яку відповідальність несуть громадяни за несплату податків?



ПІДСУМКИ



Підбиває Копійка

1. Податок – це частина зароблених грошей, яку повинен сплачувати до державного бюджету кожен громадянин.
2. Без податків не може існувати жодна країна у світі.
3. Різноманітні види податків і методи їх вираховування становлять податкову систему держави.

4. Податки є основним інструментом перерозподілу доходів між громадянами країни з метою зменшення нерівності в доходах та засобом стабілізації економіки.
5. Податки повинні бути зрозумілими, стабільними і помірними, але сплачувати їх зобов'язані всі.
6. Сплативши податки, ми створюємо прийнятні умови не лише для свого життя, а й для життя всіх громадян нашої країни.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

З історії податків

Система оподаткування, нехай спочатку й примітивна, з'явилася водночас із виникненням держави. У Стародавньому Єгипті основним доходом державної скарбниці була плата за користування землею, що належала фараонові.

У Стародавній Греції першість належала податкові на прибуток, але вільні громадяни міст його не сплачували, віддаючи перевагу щедрим добровільним пожертвуванням.

В епоху Римської імперії сформувалися такі відомі поняття, як «ценз», «акциз», «фіскал». З перетворенням Римської держави на імперію ускладнювалася й податкова система. На завойованих землях запроваджувалися місцеві податки й повинності. Основним джерелом прибутків держави в римських провінціях був поземельний податок. У середньому його ставка становила 1/10 доходів із земельної ділянки. Однак застосовувалися й особливі форми оподаткування (наприклад, податок на кількість фруктових дерев, виноградних лоз). Обкладалися податком й інша власність: нерухомість, живий інвентар (раби, худоба), різні цінності. Крім того, кожен житель провінції повинен був сплатити єдиний для всіх подушний податок. Багато господарських традицій і державних основ Стародавнього Риму перейшли до Візантії.

У ранньовізантійську епоху до VII століття включно в імперії нараховувався 21 вид прямих податків. Згодом, через декілька століть, зважаючи на вдосконалення поділу праці та стрімкий розвиток міст, виникають податки на виробництво (або промислові податки).

У торгівлі поширюються митні збори. А вже у XVIII столітті Європа могла пишатися досить стрункою й раціональною системою справляння податків. Особливу роль відігравав акциз. Сплачувалися подушний і прибутковий податки (від них звільнялися дворянство й духовництво). У XIX столітті на теренах Європи поширюються податки на операції та капітал – в основному на його приріст у формі відсотків за цінними паперами або вкладками, дивідендів за акціями, зростання вартості активів. На сьогодні

індивідуальні колись податкові системи в різних державах стають дедалі подібнішими.

У Київській Русі податки з'являються вже в перші роки виникнення цієї держави. Давньоруські податки не запозичуються з інших країн, а мають своє власне, національне походження. Одним із найдавніших прямих податків Київської Русі, що проіснував на українських землях, було подимне. Назва походить від одиниці оподаткування – «диму». Тобто «дому», селянського двору. Платили подимне натурою і частково грішми.

Інший древній податок – полюддя. Його збирали під час щорічних об'їздів Київської Русі князем і його дружиною. І ще одним джерелом наповнення казни було поплужне. Це земельний податок, одиницею оподаткування якого був плуг. Поплужне йшло на військові витрати, утримання князівського двору і на дипломатичні місії. Цікаво, що ці три види податків так узвичаїлись, що існували й тоді, коли Київської Русі не стало.

Княгиня Ольга, розвиваючи і вдосконалюючи традиційну систему податків, збагачує їх оброками, втілює в життя рентні відносини. Останні стали важкою розплатою за смуту і нестабільність життя на Русі в XII–XIII століттях. В епоху середньовіччя Русь сплачувала податки Литовській, Польській і Московській державам, час від часу збільшуючи кількість прямих і непрямих, звичайних і надзвичайних податей, яких нараховувалося понад 30.

З XV століття вводиться такий прямий грошовий податок, як половщина. Спочатку його сплачували селяни, виходячи з кількості худоби і землі. Згодом половщину почали сплачувати всі державні категорії залежного селянства. Понад триста років проіснував на українських землях такий натуральний податок, як поштучне, запроваджений литовцями. Його сплачували селяни від кількості худоби й птиці, витканого полотна, ряден, рушників.

З XVI століття приходить в Україну так зване Магдебурзьке право, яке стає визначальним у податковому і митному регулюванні. Магдебурзьке право – це письмовий королівський дозвіл на місцеве самоврядування, куплене мешканцями окремих міст і містечок або дароване жителям окремих міст за особливі заслуги перед короною. Міський голова чи бургомістр за Магдебурзьким правом був найвищою виконавчою і судовою особою в місті. Він мав право встановлювати розміри податків і мита, відмінити їх чи звільнити від них окремих громадян, розглядав усі майново-боргові спори і виносив щодо них рішення. Міське населення було особисто вільним. Ковалі, гончарі, ювеліри, крамарі об'єднувались в окремі цехи і сплачували фіксовані податки колективно. Завдяки Магдебурзькому праву почали швидко розвиватися міста. Чотириста років тому воно було запроваджено в Києві. За часів Магдебурзького права було запроваджено помірне торговельне мито. І сплачувалось воно з певної міри привізного

товару. Розмір помірною був сталим, декілька століть не змінювався: два гроші за одну одиницю товару.

За часів Гетьманщини частину податків, що стягувалися з населення, було скасовано. Шляхта, козацька старшина були звільнені від податків повністю. Тільки міщани і селяни платили стацію – податок на утримання війська, а також сплачували податок із промислових прибутків.

Повна руйнація українських податкових національних традицій, яка передбачала помірність і доцільність оподаткування, розпочалась із втратою Україною її незалежності і повного поневолення Російською імперією. Ламаючи адміністративну систему України, яка за своєю демократичною суттю та універсальністю випереджала більшість адміністративних систем країн Європи, Російська імперія почала запроваджувати й свої податки. Помірне мито було замінене московським податком, що становив 5 відсотків від ціни продажу товару. Було введено подвірне оподаткування. Тобто запроваджено нову систему оподаткування населення прямими податками.

Елементи цивілізованого регулювання економіки шляхом запровадження прямих і непрямих податків запроваджуються в період короткочасового непу. Сталінізація спростила податкову систему і в умовах тоталітарної системи вона стала, по суті, номінальною і набрала вироджених форм.

Разом із проголошенням Україною незалежності 1991 року почала створюватися та інтенсивно розвиватися нова податкова система. Податкова система України, що формується нині, з одного боку, сягає своїм корінням у систему доходів державного бюджету колишнього СРСР, з другого – потребує змін і реформ, що відповідали б вимогам становлення у країні ринкової економіки.

Створена 1991 року податкова система України зазнала численних значних змін, але так і не досягла прийнятної для уряду і суспільства стану. За даними Світового банку, за підсумками 2011 року Україна зайняла перше місце у світі за кількістю податків і зборів: український бізнес у тій чи іншій формі сплачує 135 різних податків.

Джерело: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.

Урок 14. СУЧАСНЕ БЛАГОДІЙНИЦТВО – ЗВ'ЯЗОК ЛЮДИНИ І ГРОМАДИ

Мета уроку

Формування уявлення про значення благодійності як надання безкорисливої допомоги, напрями благодійництва; приклади благодійництва в Україні і за кордоном.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Розуміє:</i>	значення благодійності як надання безкорисливої допомоги.
<i>Має уявлення:</i>	про напрями благодійництва.
<i>Наводить приклади:</i>	благодійництва.
<i>Шукає інформацію:</i>	про відомих меценатів і волонтерів.

Орієнтовний план уроку

1. Благодійність як безкорисливе надання допомоги.
2. Приклади благодійництва.
3. Напрями благодійництва (освіта, охорона здоров'я, екологія, захист тварин, культура і мистецтво, захист вітчизни та ін.).
4. Волонтерство як прояв благодійництва.

Ключові тези

- Благодійність – це безкорисливе надання допомоги.
- Волонтерська діяльність – добровільна неприбуткова діяльність осіб – волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах і потребують сторонньої допомоги.
- Щорічно 5 грудня відзначається Міжнародний день волонтера.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вправи для учнів



Учні виконують завдання.

1. Що таке благодійництво? Запишіть.

Благодійність – це безкорисливе надання допомоги.

Милосердя і благодійність в Україні існували давно. Високі моральні якості характерні для більшості українців і не суперечать релігійним законам. Засновники сучасних благодійних фондів і організацій – люди достатньо багаті, діляться своїми грошми зі знедоленими або вкладають гроші у розвиток культури та освіти, тобто займаються меценатством. Через відсутнє належне державне забезпечення ВІЛ-інфіковані та хворі на СНІД люди не можуть обійтися без допомоги благодійних організацій. Благодійні громадські організації допомагають родинам із дітьми-інвалідами, сиротам, бідним. Поширена персональна благодійність, коли безкорисливо допомагають конкретній потребуючій людині. Наприклад, у школі захворів учень і на дорогу операцію за кордоном збирають усі учні, вчителі та батьки. В Україні створена асоціація «Благодійна Україна».

? Запитує Гривник

У твоїй школі була благодійна акція?
На що або для кого ви збирали гроші?



Зверніть увагу!

Рекомендує Копійка



В Україні діє міжнародний громадський рух «Товариство Червоного Хреста» – добровільна громадська гуманітарна організація, яка надає безкоштовну санітарну та медичну допомогу дітям-сиротам, інвалідам, безхатченкам, немічним, соціально незахищеним людям, допомагає жертвам збройних конфліктів.

2. Розгляньте логотип організації (рис. 14.1).



Рис. 14.1. Логотип громадської організації
«Товариство Червоного Хреста»

Зверніть увагу!

Рекомендує Копійка

В Україні поширюється краудфандинг, або спільнокошт. Це спільнота людей, які об'єднуються через Інтернет, щоб фінансово підтримати ідеї інших людей або організацій.



Вони допомагають постраждалим від стихійних лих, підтримують політичні партії, фінансують малий бізнес. Але обов'язково має бути визначена мета збору коштів. Твоя школа – це також спільнота.

? Запитусь Гривник

1. Поміркуйте, яка проблема є у вашій школі.
2. Чи можна розв'язати цю проблему спільнокоштом?



3. Намалюйте результат спільної роботи.



Фізкультхвилинка



Перегляд і обговорення відеопритчі і «Сім чудес світу очима дитини» (Джерело: <http://LOLnet.ru.>)

Зверніть увагу!

Рекомендує Копійка

У світі поширений волонтерський рух. Волонтери безоплатно працюють в Інтернатах, притулках, громадських організаціях. Донедавна таких людей називали альтруїстами, доброчинцями. Волонтери допомагають військовим під час воєнних дій, біженцям. Забезпечують людей одягом, їжею, речами першої необхідності, шукають житло.



4. Запишіть, що б ви віддали у волонтерську організацію для потребуючих дітей.

Книги, одяг, іграшки.

5. Як ви розумієте вислови:

- «Добре роби – добре й тобі буде»,
«Благодійність – привілей, а не обов'язок»?

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитусь Гривник

1. Що таке благодійність?
2. Які ви знаєте напрями благодійництва?
3. Чим займається волонтер?
4. Назвіть першу волонтерську організацію у світі.
5. Назвіть відомих вам благодійників і волонтерів.



ПІДСУМКИ



Підбиває Копійка

1. Благодійність – це безкорисливе надання допомоги.
2. Напрями благодійництва (освіта, охорона здоров'я, екологія, захист тварин, культура і мистецтво, захист вітчизни та ін.).
3. Волонтерська діяльність – добровільна неприбуткова діяльність осіб волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах і потребують сторонньої допомоги.
4. Волонтери – це добровільні помічники, які безоплатно займаються громадською діяльністю.
5. Щорічно 5 грудня відзначається Міжнародний день волонтера.
6. Офіційно в Україні волонтерський рух визнано Постановою Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 року.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Про волонтерство

Волонтерська діяльність у сфері надання соціальних послуг – добровільна неприбуткова діяльність осіб – волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах і потребують сторонньої допомоги; сприяє самореалізації волонтера.

Волонтерська діяльність – індивідуальна чи колективна – це спосіб підтримки, піклування, надання допомоги членам громади; взаємодії між людьми для спільного вироблення нових шляхів розв'язання проблем, які виникають. Це створює можливості для навчання і розвитку впродовж життя кожної людини.

Волонтер [(фр. *volontaire* (доброволець), лат. *voluntarius* → лат. *voluntas* (вільне волевиявлення) → лат. *vol* (бажання, намір)] – добровільний помічник. Це люди, які безоплатно займаються громадською діяльністю, працюють у сиротинцях, притулках для неповнолітніх, школах-інтернатах, будинках для людей похилого віку тощо.

Існує припущення, що волонтерство як суспільний рух виникло на Заході, а першими волонтерами були самаритяни, які почали надавати допомогу всім, хто її потребував.

Більш упевнено можна говорити про виникнення феномену волонтерства вже зі середини XIX століття, а 1859-й вважається роком виникнення волонтерського руху у світі. Саме тоді Жан Анрі Дюнан, відомий французький письменник-журналіст, вражений наслідками кривавої

битви при Сольферіно, запропонував створення Червоного Хреста – організації, яка б працювала на волонтерських засадах і надавала першу медичну допомогу полоненим та пораненим.

Принципами, сформульованими Анрі Дюраном, керуються й досі волонтерські організації всього світу.

В Україні волонтерство з'явилося на початку 90-х років минулого століття, а офіційно його визнано Постановою Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 року, якою також затверджено Положення про волонтерську діяльність у сфері надання соціальних послуг.

Щорічно 5 грудня відзначається Міжнародний день волонтера.

Джерело: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.

Про краудінвестинг

У сучасних умовах становлення України є очевидні труднощі в залученні інвестицій, і доступ до цього фінансування фактично залишається закритим для основної частини малого і середнього бізнесу. Отримання грошових кредитів недоступне для населення, а держава обмежена в коштах і практично не підтримує невеликі підприємства.

У таких реаліях **краудінвестинг**, або **краудфандинг**, може стати справжньою альтернативою вирішення цих «болісних» питань.

Навіть в умовах нестабільної економіки та суспільного-політичного стресу в Україні юні ентузіасти створюють доволі успішні стартапи і знаходять кошти на їх реалізацію способом краудфандингу.

Краудфандинг дуже швидко розвивається і використовується абсолютно в усіх сферах: від суто комерційних до культурних, творчих і політичних проєктів. Статистика стверджує, що третина всіх краудфандингових проєктів – соціальні. У лідерах успішних проєктів: інновації, винаходи, революційний софт – усе те, що зазвичай привертає більше уваги.

Краудфандинг (від англ. «збір коштів натовпом») – це колективна робота людей (донорів), які з власної волі об'єднують кошти або ж інші ресурси, здебільшого через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій (реципієнтів). Для реалізації цих проєктів спочатку повинна бути заявлена мета, визначена потрібна грошова сума, складена калькуляція всіх витрат, а інформація в ході збору коштів повинна бути відкрита для всіх.

До речі, на зведення американської Статуї Свободи у свій час були зібрані кошти саме через краудфандинг.

Громадсько-суспільні проєкти не єдині, що потребують додаткового фінансування від населення.

Майданчики в Інтернеті, призначені для розміщення і просування проєктів для збору коштів за описаним принципом, називаються краудфандинговими платформами. Платформа являє собою спеціалізований

сайт для розміщення ідей. Майданчик бере на себе забезпечення майже всіх аспектів, у тому числі й фінансових та юридичних, а ще сприяє просуванню і спрощує взаємодію всіх учасників.

Краудфандингова платформа – це інструмент для взаємодії авторів проектів та їхніх спонсорів (користувачів, що підтримують проекти гривнею), майданчик для розміщення ідей. Вона надає всі засоби для демонстрації ідеї з повним описом, відеопрезентацією і системою винагород. Найчастіше на платформі ретельно і доступно описані всі критерії створення проектів і поради щодо поліпшення якості презентації.

Першим європейським майданчиком краудфандингу вважається платформа Ulule, створена французами. Вона працює з 2010 року і може похвалитися більш ніж 4 500 вдалимих проектами. Класичний комерційний краудфандинг. Крім головного офісу в Парижі, має представництва в Німеччині та Іспанії. Відповідно, авторами проектів можуть бути громадяни цих держав.

На краудфандинговій платформі, здебільшого, є три типи користувачів: автори проектів, спонсори і куратори. Авторами проектів можуть виступати як фізичні, так і юридичні особи. Різниця лише у відсотку державного податку. Фізичні особи після успішного завершення проекту виплачують в Україні 17% податків від загальної суми. Для юридичних осіб – близько 5% – цифра приблизна, оскільки дещо варіюється залежно від роду діяльності організації. Спонсорами ще можуть виступати юридичні особи. Вони можуть бути кураторами. Організація стає куратором, якщо зацікавлена в підтримці проекту. Вона може спонсорувати рекламну кампанію проекту і їй сприяти, може допомогти з реалізацією проекту (надаючи приміщення, технічні засоби тощо), може спонсорувати проект на велику суму грошей.

Багато платформ акцентують увагу і на соціальній складовій. Заходячи через акаунт, наприклад, у Facebook, сервіс автоматично «витягує» з мережі дані про друзів, які також зареєстровані на платформі. Їх можна, кажучи сучасною мовою, «зафоловити», стежити за їхньою активністю, отримувати повідомлення про проекти, які вони створили або проспонсорували. До того ж на самій платформі можна просто спілкуватися з автором цікавого проекту – задавати питання, пояснювати, допомагати.

Народне фінансування стало можливістю виходу з кризи навіть для деяких світових ЗМІ. Сьогодні завдяки краудфандингу в усіх на слуху «Громадське ТБ» і канал «Дощ».

На території країн СНД краудфандинг – це маловідома новація, комерційний і соціально-політичний потенціал якої нині недооцінений. Але вдале функціонування подібних систем в Європі та США підтверджує їхню високу ефективність у вирішенні питань організації фінансування специфічних проектів.

Джерело: <http://polemix.com.ua>.



**Розписка 1919 року про пожертви українських селян
для куреня Січових Стільців Вільного Козацтва**

Джерело: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.

РОЗДІЛ V

Я У СВІТІ

Урок 15. Я У СВІТІ ПРОФЕСІЙ

Мета уроку

Формування уявлення про професії та їхні види; встановлення зв'язку між результатом праці і грошима; виявлення здібностей і талантів учнів, що можуть стати основою подальшого вибору професії.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

<i>Має уявлення:</i>	про професії та їхні види.
<i>Розуміє:</i>	що кожна людина народжується для якоїсь «справи».
<i>Установлює зв'язок:</i>	між результатом праці і грошима.
<i>Презентує:</i>	свої здібності і таланти, що є основою подальшого вибору професії.

Орієнтовний план уроку

1. Професія, «професії минулого», «професії майбутнього», «професії поза часом».
2. Види професій. Вияв якостей, потрібних для представників певних професій.
3. Мої здібності і таланти у виборі майбутньої професії.

Ключові тези

- Усі професії важливі.
- На вибір професії впливає наявність схильностей, здібностей, думка рідних і знайомих, знання про професію, потреби суспільства.
- Визначатись із вибором професії потрібно заздалегідь.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Запишіть назви відомих вам професій.

З плином часу змінюється спосіб та умови життя людей. Стають непотрібними деякі професії, натомість з'являються нові. Час вимагає нових спеціальностей.



ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

У Стародавньому Єгипті була дуже престижною професія переписувача божественних книг. Переписувачі навчалися у школах при храмах і вважалися мудрецями Давнього Єгипту.

Раніше вулиці освітлювалися ліхтарями, які щовечора запалювали ліхтарники, а щоранку їх гасили. На початку XX століття була професія ловця пацюків. Були люди-будильники, які будили працівників на роботу – стукали у вікна чи двері палицями або камінцями. Зараз п'явок розводять у лабораторіях, а раніше були збирачі п'явок, які стояли у ставку по декілька годин, поки їхні ноги не покривалися п'явками.

? *Запитує Гривник*

2. Як ви думаєте, які професії були, є і будуть? Запишіть їхні назви. Чому це «вічні» професії?

Учитель, лікар, юрист, архітектор, фінансист...

Які професії мають стосунок до грошей? Запиши.

Банкір, бухгалтер, касир, продавець, підприємець...



У сучасному світі з'явилося багато нових професій. На ринку праці все більшу роль відіграють інформаційні технології. Майбутнє – за професіями в цій сфері. Це програмісти, системні адміністратори, дизайнери веб-сайтів, аналітики і радники комп'ютерних систем. Стає популярним фрілансерство.

Фрілансер – це вільнонайманий працівник, який сам шукає собі проекти в різних сферах діяльності та може працювати на кілька фірм одночасно. Для цього потрібно мати комп'ютер і вихід до Інтернету.

Подумайте, які професії, будуть популярними в найближчому майбутньому.

Поміркуйте, які риси характеру повинні мати люди таких професій.

Банкір: уважність, охайність, чіткість, здатність обробляти інформацію, здібність до математики.

Артист: творчо мислити, потреба в самовираженні, емоційність, самотійність, наполегливість, зацікавлення музикою, літературою, мовою.

Водій: точність, уважність, дисциплінованість, технічна творчість, інтерес до техніки.

Підприємець: уміння встановлювати контакт із людьми, здатність вчитися, творче мислення, цілеспрямованість, сила волі, оптимізм, гнучкість.

Чи буде надалі популярною професія підприємця?

За законом не допускають приймати на роботу осіб, молодших за шістнадцять років. Але сьогодні багато дітей бажають працювати під час літніх канікул, тому допускаються до легкої роботи, що не шкодить здоров'ю і не порушує процесу навчання.

Після чотирнадцяти років за згодою батьків можна працювати в сільському господарстві, роздавати листівки, мити машини, прибирати приміщення, допомагати майстрам тощо.

Фізкультхвилинка



ЦЕ ЦІКАВО! *Зауважує Копійка*

Є діти, які стали мільйонерами не тому, що хотіли багато заробити, а тому, що займалися улюбленою справою.

Наприклад, 8-річний Еван разом із батьками заснував на YouTube свій канал. Хлопчик розповідав дітям про іграшки. Канал набув популярності і став прибутковим – 1.3 млн доларів за рік.

Кемерон Джонсон свою першу листівку-запрошення зробив в 11 років. Згодом листівки набули популярності. У 14 років хлопець створив свою першу компанію з реклами в Інтернеті. Сьогодні він – мільйонер.

3. А чим любите займатися ви? Можливо, з часом ваші здібності допоможуть обрати справу вашого життя. Удосконалюйте свої вміння, приділяйте час улюбленій справі. Намалюйте себе за улюбленим заняттям.

? *Запитує Гривник*

Як ви думаєте, чи пов'язані професії із грошима?

4. Пригадайте, що отримує працівник за виконану роботу? (зарплату)

Запишіть, від яких чинників залежить зарплата працівників у будь-якій професії.

(Від виду діяльності, якості виконаної роботи, затраченого часу, складності роботи тощо).

5. Поясніть прислів'я.

З майстерністю люди не народжуються, але здобутою майстерністю пишаються.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. Назвіть відомі вам професії?
2. Які чинники впливають на вибір професії?

3. Від яких чинників залежить оплата праці в будь-якій професії?
4. Які риси повинен мати підприємець?



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. Спеціаліст своєї справи повинен цікавитися нею глибоко до найменших дрібничок і тільки тоді професійне майбутнє може стати успішним.
2. Жодна професія у світі не буває легкою! Завжди на дорозі траплятимуться перешкоди, але якщо є нестримне бажання чогось досягти, то в кінці чекатиме перемога.
3. Немає професій із великим майбутнім, але є професіонал із великим майбутнім.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Притча «Ми всі – виконробі»

Жив виконроб. Усе життя він будував будинки, але постарів і вирішив піти на пенсію.

– Я звільняюся, – сказав він роботодавцю. – Йду на пенсію. Буду зі старенькою онуків няньчити.

Господарю було шкода розлучатися з цією людиною, і він попросив його:

– Слухай, а зробити так – побудуй останній будинок і проводимо тебе на пенсію. З хорошою премією!

Виконроб погодився. Згідно з новим проектом йому треба було побудувати будинок для маленької сім'ї. І почалося: узгодження, пошуки матеріалів, перевірки.

Виконроб поспішав, бо вже бачив себе на пенсії. Чогось не доробляв, щось спрощував, купував дешеві матеріали, оскільки їх можна було швидше доставити. Він відчував, що робить не найкращу свою роботу, але виправдовував себе тим, що це кінець його кар'єри. По завершенні будівництва він викликав господаря.

Той оглянув будинок і сказав:

– Знаєш, але ж це твій дім! От візьми ключі і вселяйся. Усі документи вже оформлені. Це тобі подарунок від фірми за довголітню роботу.

Що відчував виконроб, було відомо тільки йому одному! Він стояв червоний від сорому, а всі навколо плескали в долоні, вітали його з новосіллям і думали, що він червоніє від сором'язливості, а він червонів від

сорому за власну недбалість. Він усвідомлював, що всі помилки і недоліки стали тепер його проблемами, а всі навколо думали, що він збентежений дорогим подарунком. І тепер він повинен був жити в тому єдиному будинку, який побудував погано.

Мораль: ми всі – виконроби. Ми будуємо наші життя так само, як виконроб перед виходом на пенсію. Ми не докладаємо особливих зусиль, вважаючи, що результати цієї конкретної будови не так уже й важливі. До чого зайві зусилля? Але потім ми усвідомлюємо, що живемо в будинку, який самі збудували. Адже все, що ми робимо сьогодні, – має значення.

Притча про нерозумного працівника

Ішов мисливець по лісу і зустрів лісоруба. Зігнувшись, той довго і наполегливо пиляв повалене дерево. З обличчя його піт лився струмком, а все тіло було сильно напружене. Мисливець підійшов ближче, щоб подивитися, чому робота рухається так повільно і з такою колосальною працею.

– Так ваша пила зовсім затупилась! – Звернувся мисливець до лісоруба.
– Чому б вам її не заточити?

– Що ви! – Вигукнув дроворуб, здивовано подивившись на перехожого.
– У мене абсолютно немає на це часу, мені потрібно спилати ще 20 дерев!

І лісоруб знову взявся за роботу.

Мораль: працьовитість – це, звичайно, добре, але не забувайте час від часу задаватися питанням ефективності витрачених зусиль – можливо, невелике вкладення часу або коштів дозволить виконувати роботу набагато швидше і якісніше.

Притча про двірника

Одна людина прийшла влаштовуватися двірником у компанію «Майкрософт». У відділі кадрів йому задали кілька питань, потім провели невеликий тест і нарешті оголосили:

– Ви прийняті. Залиште вашу електронну адресу, щоб ми повідомили, коли вам потрібно буде вийти на роботу.

– Але в мене і комп'ютера немає, – розгублено відповів чоловік, – не те що електронної адреси.

– У такому разі ми не можемо прийняти вас на роботу, оскільки віртуально ви не існуєте.

Засмучений чоловік вийшов на вулицю. У кишені в нього було всього 10 доларів. Як заробити грошей? І тут йому в голову прийшла ідея. Він купив у фермера 10 кг помідорів, а потім почав ходити по хатах і пропонувати товар, і менше ніж за дві години йому вдалося подвоїти стартовий капітал. Через шість годин роботи в нього в кишені було вже 160 доларів. І він зрозумів, що з такими доходами цілком можна обійтися і без роботодавця.

Через якийсь час він купив машину, потім вантажівку, потім відкрив магазин, а через п'ять років уже володів мережею супермаркетів. І тоді він вирішив застрахувати своє життя. Після перемовин страховий агент попросив його залишити електронну адресу, щоб відправити найбільш вигідну пропозицію, на що комерсант, як і кілька років тому, відповів, що в нього немає ні електронної адреси, ні навіть комп'ютера.

– Це дивно, – вигукнув страховий агент, – у вас такий великий бізнес – і немає електронної адреси! Ви тільки уявіть собі, ким би ви стали, якби у вас був комп'ютер!

Комерсант відповів:

– Я став би двірником компанії «Майкрософт».

Мораль: якщо у вас чогось немає, може, вам це й не потрібно?

Джерело: <http://bc-like.com>.

Профорієнтолог

Це фахівець, що допомагає людям визначити професію або змінити її.

Особливості професії

Професійна діяльність профорієнтолога здійснюється в таких форматах:

- «жива» профорієнтація, яка використовує методи: глибинне інтерв'ю і тестові завдання;
- тестування: застосування різноманітних тестів, які всебічно оцінюють психологічні особливості людини;
- групові заняття (тренінги) з людьми, які бажають обрати професію;
- профорієнтаційні екскурсії.

Переваги професії: профорієнтолог відчуває себе корисним і потрібним конкретним людям, він креативний, він постійно дізнається нове і вчиться нового. Усе, що він дізнається про життя, людей, місця, науку, професії, навчальні заклади, – стає в нагоді в роботі.

Місце роботи: центри профорієнтації, школи, вищі навчальні заклади, центри зайнятості, лабораторії, що вивчають професії.

Важливі якості:

- знання професій;
- знання ринку праці і ринку освіти, які стрімко змінюються;
- володіння психологічними методами діагностики особистісних, пізнавальних, темпераментних властивостей людини;
- широка ерудиція (різні науки, політика, економіка тощо) і людських практик (мистецтво, бізнес тощо);
- чутливість до слова, звуку, візуального зображення;
- доброзичливість, орієнтованість на клієнта;
- знання психології людини;

- навички психотерапії, ознайомлення з психіатрією, нейропсихологією;
- почуття гумору;
- швидка реакція;
- здатність визнавати свої помилки;
- твердість волі;
- високий рівень працездатності;
- віра в людину;
- креативність;
- уміння говорити публічно;
- здатність здобувати нові знання;
- знання англійської мови на рівні Intermediate, оскільки багато сучасних професій, їхні назви і функції описуються англійською мовою.

Де вчать: психологічна освіта для профорієнтолога потрібна, її можна отримати в багатьох вишах. Для знання широкого спектра професій профорієнтологів бажано попрацювати в кадровому агентстві. Йому також потрібне спеціальне навчання за кількома видами психотерапевтичних практик.

Оплата праці: оплата праці фахівця залежить від місця роботи. Вона порівнянна із зарплатою бухгалтера, менеджера з продажу.

Ця професія постійно спонукає людину пізнавати нове і вчитися нового.

Джерело: <http://www.trud.gov.ua>.

Урок 16. ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА У СВІТІ ЛІТЕРАТУРНИХ ГЕРОЇВ

Урок-практикум

Мета уроку

Формування роширеного уявлення про особисту фінансову поведінку; визначення ролі літератури і мистецтва у формуванні грамотної фінансової поведінки; визначення на прикладах літературних героїв складових фінансових відносин; набуття навичок колективної праці; розвиок творчого і критичного мислення.

Тип уроку

Комбінований урок із виробленням практичних навичок.

Основні компетентності учня

Правильно називає: кілька українських народних казок, прізвища українських письменників та їхні твори, в яких розглядаються фінансові стосунки між героями.

Працює з інформацією: свою фінансову грамотність у використанні грошей.

Набуває навичок: колективної праці, роботи у групах.

Розвиває: у собі творче і критичне мислення.

Орієнтовний план уроку

1. Створення колективного проекту «Фінансова поведінка у світі літературних героїв».
2. Фінансові відносини в усній народній творчості (загадки, скороговки, прислів'я, приказки).
3. Фінансова поведінка героїв в українських казках і казках народів світу.
4. Фінансова поведінка героїв у дитячих літературних творах Л. Глібова, К. Ушинського, І. Франка, В. Сухомлинського та ін.

Ключові тези

- Моральні цінності українських казок – основа для саморозвитку особистості, фундамент для виховання правильного ставлення до грошей і багатства загалом.
- Виховання грамотної фінансової поведінки і позитивних рис характеру на прикладі літературних героїв у творах В. Сухомлинського, Л. Глібова, І. Франка тощо.

- Фінансова грамотність поєднує фінансові знання, навички і фінансову поведінку особи щодо ефективного управління особистими фінансами з метою прийняття грамотних фінансових рішень.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ



Учні виконують завдання.

1. Запишіть прислів'я і приказки, які ви запам'ятали протягом вивчення курсу «Фінансова поведінка».

В українських народних казках часто згадуються такі поняття, як гроші, багатство, бідність. Люди здавна надавали перевагу моральним цінностям. Шанувалися працелюбність, життєва мудрість, уміння розпоряджатися заробленими грошми. Про це згадується в народних казках «Зароблені гроші», «Як Іван гроші знайшов», «Казка про три гроші», «Про злидні», «Про золоту гору» тощо. Доброта, любов, повага до ближніх, тактовність, саморозвиток, людяність – це ті цінності, які здавна шанував наш народ.

2. Підготуйте розповіді про фінансову поведінку героїв в українських народних казках і казках народів світу. Дізнайтеся, в яких творах В. Сухомлинський, Л. Глібов, І. Франко та інші автори згадували про ставлення своїх героїв до грошей.

Підготуйте розповідь. Презентуйте свою роботу у класі.

Підготовка до презентації проектів

«ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА У СВІТІ ЛІТЕРАТУРНИХ ГЕРОЇВ»

(Проектну технологію використовують для створення на занятті ситуації, яка вможлиблює спільну працю учнів з метою засвоєння великої кількості інформації за короткий проміжок часу).

Підготовчий етап

Учитель перед заняттям проводить підготовчу роботу: здійснює поділ учнів на групи, визначає завдання роботи у групах, порядок обміну навчальною інформацією та кінцеві результати спільної роботи групи.

Попередньо за два тижні до проведення заняття частина учнів була об'єднана в чотири «домашні» групи, які повинні підібрати за допомогою

вчителя і батьків відповідні матеріали (текстову інформацію, ілюстрації, малюнки тощо) та підготувати у групах короткі повідомлення. За обраними темами:

I група «Фінансові стосунки у байках Л. Глібова»;

II група «Фінансові стосунки у творах І. Франка»;

III група «Фінансові стосунки у творах В. Сухомлинського»;

IV група «Фінансові стосунки в українських народних казках і казках народів світу».

Кожна «домашня» група отримала частину інформації для засвоєння (тобто визначено кожній групі окреме питання згідно з планом теми, роздано відповідний інформаційний пакет для кожної групи й запропоновано додаткові літературні джерела для опрацювання).

Завдання «домашніх» груп – опрацювати надану інформацію на рівні, достатньому для обміну цією інформацією з іншими учнями.

На уроці учні у групах готують і презентують підготовлену інформацію у формі загального плаката-колажу.

Доцільно у школі зробити спільний вернісаж плакатів «ФІНАН-СОВА ПОВЕДІНКА У СВІТІ ЛІТЕРАТУРНИХ ГЕРОЇВ».

Для уроку-практикуму, у разі підготовки проектів, доцільно залучити два уроки, використавши резервну годину.

Закінчується вивчення курсу «Фінансова поведінка».

Наш **Будинок Добробуту** має стійкий фундамент, побудований у 2 класі, міцні стіни, зведені у 3 класі. Потрібна надійна покрівля. Якщо будинок має дірявий дах, то з часом постраждають стіни і фундамент. Подібне відбувається і серед людей. У нас складається враження про людину на основі її поведінки. Погана поведінка людини може перекреслити напрацювання і здобутки, міцні знання і професіоналізм.

Твоя фінансова поведінка – це дах твого **Будинку Добробуту**, який захищає фінансову абетку і фінансову арифметику. Ти – грамотний споживач: умієш поводитися у фінансових установах, умієш грамотно спитати і відповісти, тобі відома фінансова поведінка, спілкуєшся в соціальних мережах, знаєш свої права і обов'язки, прагнеш до самовдосконалення. Отже, ти – вихований споживач.

3. Дах Будинку Добробуту поділено на п'ять частин відповідно до розділів курсу «Фінансова поведінка». Пригадайте назви розділів і впишіть пропущені слова в кожну частину покрівлі.



Молодці! Ви – справжні будівельники. Міцний, надійний і довговічний дах зведено. Він захистить Будинок Добробуту від фінансових ризиків та інших негараздів.

4. Розфарбуйте Будинок Добробуту.



ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Запитує Гривник

1. У яких казках розглянуто фінансові відносини?
2. На кого з літературних героїв у фінансових стосунках ви хотіли б бути схожим?
3. Назви кілька приказок і прислів'я, які ви запам'ятали з уроків курсу «Фінансова поведінка».
4. Що означає вислів «грамотна фінансова поведінка»?



ПІДСУМКИ

Підбиває Копійка



1. **Фінансова грамотність** поєднує фінансові знання, навички і фінансову поведінку особи щодо ефективного управління особистими фінансами з метою прийняття грамотних фінансових рішень.
2. **Отримані знання і навички означають:**
 - розуміння призначення фінансових установ, інститутів, їх відповідальності;
 - планування сімейного бюджету на тривалий період;
 - ази податкової грамотності;
 - уміння шукати і знаходити потрібну фінансову інформацію;
 - планування реалізації потреб сім'ї у довгостроковій перспективі.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Казка в житті дитини

Хто з нас у дитинстві не любив слухати казки? Здавалося б, казки – це просто добрі, гарні сюжети з вигаданими персонажами, які зовсім нічим не можуть допомогти. Але ще К. Юнг називав їх анатомією душі та вважав, що вони такі ж природні, як рослини, тварини чи хімічні елементи. Казки містять найрізноманітніші дивні сили, що впливають на нашу свідомість з глибин підсвідомого. Який же потенціал містить казка?

Діти вперше дізнаються з казок, що навколо них існує якесь інше життя. Вони навчаються бути добрими, турботливими, не ображати інших і допомагати слабшим. Сюжет казки та й самих героїв діти переносять у реальну дійсність, оскільки казка – це образне зображення життєвих подій. Казки навчають і виховують дітей. У процесі навчання діти готуються до входження в нові для себе види діяльності, а у процесі виховання – у

систему суспільних відносин. Із звичайних слів і розповідей батьків діти ще не можуть почерпнути потрібні знання, а за допомогою яскравих образів та сюжетів казки, які діти «переживають», швидше засвоюються життєві цінності й набувають потрібні навички. Це ресурс для подальшої соціалізації дітей. Але знання про навколишній світ, моделі поведінки, взаємозв'язки між людьми засвоюються лише в тому разі, якщо їх обговорили, в іншому – вони будуть лише в пасивному стані.

Читання казок розвиває уявлення дитини. Розвиток сюжету примушує не лише співпереживати персонажам, а й домальовувати візуальні картинки. Ось, наприклад, казка «Лисиця і Журавель». Перегляд мультфільму звужує уявлення дітей. Не можна одночасно з переглядом отримувати додаткову інформацію. У телевізора не запитаєш, а уточнюючи в дорослих, діти відволікаються. Вони не в змозі повноцінно слідкувати за розвитком сюжету, сприйняття стає переривчастим. Ритм перегляду не дозволяє більшості дітей уявити і відчувти запах та смак каші, яку їсть Лисиця, і намагається з'їсти Журавель. Смак і запах манної каші знайомі дітям, вони можуть думати: холодна каша чи гаряча; чому Журавель не попросив у Лисиці ложку. Ритм читання ж дозволяє зупинитися, запитати, дати відповіді на запитання дітей, пояснити.

Казки краще розповідати, а не читати. Крім того, потрібно враховувати й те, яким способом діти найкраще сприймають інформацію. Дуже часто в дітей є казка, яку вони люблять слухати годинами, просять постійно розповідати тільки її. Швидше за все вона торкається актуальних питань, які хвилюють дитину саме зараз. Улюблена казка може стати й життєвим сценарієм у дорослому житті. Під її впливом можуть сформуватися лінії поведінки, але вже не у вигаданому, а в реальному світі. Саме тому важливо ще з дитинства звертати увагу на улюблених героїв, улюблені місця в казці – можливо, у майбутньому діти підсвідомо будуть намагатися «реалізувати свою казку». Любов до певної казки може змінюватися час від часу. Це означає, що дитина росте, розвивається і ставить перед собою нові завдання, а казка продовжує бути для неї мудрим учителем і своєрідним провідником у світ дорослих.

Джерело: www.teacherjournal.com.ua.

Прислів'я, приказки про гроші

І правда тоне, коли золото спливає (рос.).

Із копійки гривні робляться (укр.).

Біда з грішми – біда без грошей (укр.).

Бідна душа без гроша (укр.).

Більше грошей – більше клопоту (рос.).

Без грошей чоловік нехороший (укр.).

Безкоштовна тільки смерть, але за неї платиш цілим життям (*євр.*).
Винуватий багатій замість себе мішок із грошима повісить (*італ.*).
Гаманець без грошей – клопоть шкіри (*євр.*).
Гроші всюди хороші (*укр.*).
Гроші приходять кроком, а тікають галопом (*італ.*).
Грошей – аж кишеня не сходиться (*укр.*).
Грошей багацько, а щастя мало (*укр.*).
Грошенята дорогу прокладають (*рос.*).
Грошима почуття не купиш (*рос.*).
Дарунки приймай зітхаючи, бо за них доведеться платити (*ірл.*).
Де гроші говорять, там правда мовчить (*укр.*).

Джерело: <http://aphorism.org.ua>.



Навчальне видання

РЯБОВА Олена Борисівна
КРИХОВЕЦЬ-ХОМ'ЯК Лілія Ярославівна
ЧАРТОРИНСЬКА Любов Іванівна
ДРЕВАЛЬ Галина Федорівна

ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА

4 клас

Навчально-методичний посібник для вчителя

*За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора Т. С. Смовженко*

Редактор	О. П. Яремчук
Технічний редактор	І. В. Мазінг
Комп'ютерне складання	С. В. Полець
Коректор	О. П. Яремчук
Дизайн обкладинки	Д. Ю. Іщенко

Підписано до друку 26.06.2015. Формат 60 × 84^{1/8}.
Обл.-вид. арк. 5,0. Умовн. друк. арк. 14,4. Зам. № 1334.

Університет банківської справи Національного банку України.
04070 м. Київ, вул. Андріївська, 1.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 2872 від 11.06.2007.

