

Карта навчального проєкту

Тема: Раціональна поведінка споживача

Керівник: Інна Володимирівна Антонова

Предмет: фінансова грамотність

Учасники проєкту: учні 11-Б класу

Термін виконання : початок: 16.01.2024

завершення: 02.02.2024

Мета проєкту: дослідити як працює закон спадної граничної корисності в реальному житті, способи його використання виробниками і споживачами, раціоналізуючи свою діяльність і поведінку.

Завдання проєкту:

- Опрацювати інформацію про дію теорії граничної корисності й закону спадної граничної корисності та їхній вплив на стратегію виробників і поведінку споживачів;
- Визначити перелік товарів, що найбільше ілюструють дію цього закону, порівняти умови продажу цих товарів у різних торговельних точках;
- Обґрунтувати здійснення кращого вибору споживачем покупки та доцільність і раціональність цього вибору;
- Відпрацювати практичні навички, яких слід набути впродовж роботи та після її завершення.

Загально-педагогічні завдання

- Навчитися самостійно знаходити й опрацьовувати інформацію з теми в Інтернет мережі;
- Організувати збір інформації безпосередньо на об'єкті дослідження (у магазині, на ринку);
- Зробити самостійні висновки на основі критичного опрацювання джерел інформації;
- Визначити критерії для раціонального вибору товару.

Очікувані результати:

- Набуття учнями практичних навичок та засвоєння теми дослідження;
- Узагальнення одержаних результатів досліджень у формі уроку – презентації з фінансової грамотності .

Навчальні предмети, що інтегровані в проєкті: інформатика, математика, основи споживчих знань, економіка.

Опис проєкту

Теоретична частина дослідження

Основним стимулом економічного розвитку людства є задоволення його потреб. Внаслідок обмеженості ресурсів суспільство й окрема людина не можуть повністю задовільнити усі свої потреби, що спонукає робити вибір. Ефективний розвиток економіки передбачає вивчення раціонального споживчого вибору людей. Споживач розв'язує проблему вибору благ, що задовільняють його потреби, визначаючи корисність для нього товарів і послуг за наявний обмежений бюджет. Розрізняють загальну корисність блага та граничну корисність.

Гранична корисність – це додаткова корисність, що додається з кожною наступною порцією товару.

Загальна корисність – це загальна величина задоволення, яку отримує споживач від усіх порцій спожитого блага.

Маємо на меті визначити, як споживачі можуть отримати максимальну вигоду під час покупки товару і яку вигоду отримають виробники.

II. Практична частина дослідження

Споживачі, зазвичай купують упаковки більшої ємності, стверджуючи, що так економніше. Це явище ми і вирішили дослідити.

Було проведено два дослідження з упаковками йогурту.

Дослідження № 1 з йогуртом

Упаковка А	Упаковка Б	Упаковка В
АКТИВІЯ Фанні персик	АКТИВІЯ Біфідойогурт вишня	АКТИВІЯ ЗЛАГОДА ароматне манго
115 г – 12,40 грн	290 г – 25,70 грн	580 г – 31,50 грн

Отже, що більша упаковка, то вища ціна. Спробуємо порівняти й визначити раціональний вибір споживача.

Порівняння упаковки А,Б	Порівняння упаковки А,В	Порівняння упаковки Б,В
$115 \times 2 = 230$ г $12,40 \times 2 = 24,80$ грн 230 г = 24,80 грн	$115 \times 5 = 575$ г $12,40 \times 5 = 62$ грн 575 г = 62 грн	$290 \times 2 = 580$ г $25,70 \times 2 = 51,40$ грн 580 г = 31,50 грн
А) 230 = 24,80 грн Б) 290 г = 25,70 грн	А) 575 г = 62 грн В) 580 г = 31,50 грн	Б) 580 г = 51,40 грн В) 580 г = 31,50 грн.

Коментар до розрахунків. Виявляється, що дві маленькі упаковки йогурту на 60 грам менші, а коштують на 90 копійок дорожче, ніж одна середня упаковка. Також об'єм п'яти маленьких упаковок йогурту на 5 грам менше і коштують на 29 грн дорожче, ніж одна велика упаковка.

Висновок: раціональному споживачу вигідніше купувати йогурт в упаковці більшого об'єму.

Виробнику теж вигідно випускати продукцію в більших упаковках – економія на виробничих ресурсах, заробітній платі, податках. Та все ж вони випускають продукцію і в менших упаковках. Чому? Бо є споживачі, які не мають бажання мати справу з великими упаковками. Тому виробники на упаковки менших об'ємів трохи завищують ціну, а на великі знижують, таким чином заохочуючи споживачів до покупки товарів в упаковках більших об'ємів. Однак слід не забувати, що на роздрібну ціну продукції впливають і торговельні мережі. Тому кожен споживач ухвалює рішення, виходячи з особистих потреб у певний період часу.

Корисність - це суб'єктивне відчуття задоволеності від споживаного блага, але її можна виміряти кількісно, суто математично. Одні і ті ж самі блага дають різним людям різне задоволення. У процесі споживання вони відповідають умові: чим більше порцій блага додається, тим меншою стає корисність наступного доданого блага, хоча в сумі корисність від усіх порцій збільшується.

Коротка пам'ятка для споживача.

Інформація про товари (послуги) повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення послуги.

1. У кожному магазині повинні обов'язково міститися:

- **«Куток споживача»**, де мають бути відображені права та обов'язки продавця і покупця, відомості про продавця (адреса, телефон, ПІБ директора і телефони органів контролю).

- Закон України «Про захист прав споживачів».

- «Книга відгуків і пропозицій» у доступному місці.

2. Перш ніж оплачувати обраний товар чи послугу, перевірте:

- відповідність названої продавцем ціни до тієї, яка вказана на ціннику чи у прейскуранті.

- якщо товар штучний - чи не пошкоджена упаковка і чи справді в ній той товар, за який ви сплачуєте гроші, комплектність товару, наявність супровідної документації. При цьому попросіть продавця продемонструвати, як працює товар і як ним користуватись.

- якщо товар ваговий – вагу на контрольних вагах (гирі розташовані у вагових приміщеннях, їх видають на вимогу споживача),

- якщо товар упакований – чи відповідає фактична вага зазначеній на упаковці,

- наявність необхідної інформації на упаковці та у супровідній документації. Слід детально ознайомитися з цією інформацією, перш за все – зі строком придатності, гарантійними зобов'язаннями виробника.

3. Під час покупки товару (оплати послуг, роботи) простежте :

- щоб вам видали касовий чек (якщо тривалого зберігання, попросіть також виписати товарний чек) і щоб на чеку було видно сплачену суму,
- щоб у паспорті виробу було точно вказано дату покупки і назву магазину – продавця.

4. Під час замовлення в інтернет – магазинах:

- звертайте увагу на відгуки про магазин, наявність точної адреси місця розташування інтернет – магазину, термін існування цього інтернет – магазину.

Список використаної літератури

1.Крупська Л. П. Економіка 11 клас. Рівень стандарту. Академічний рівень : підручник для загальноосвітніх закладів. Х : Ранок, 2011. 192 с.

2.Крупська Л. П. Ткаченко І. Є., Чорна Т. І. Економіка 10 клас. Профільний рівень : підручник для загальноосвітніх закладів. Х : Ранок, 2011. 102 с.

3.Данильченко Н.М. «Раціональна поведінка споживача» : освітній проєкт.