

ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
Министерство образования Пензенской области
ГАОУ ДПО «Институт регионального развития Пензенской области»
Управление образования города Пензы
МБОУ «Лицей современных технологий управления № 2» г. Пензы
МБОУ финансово-экономический лицей № 29 г. Пензы
Портал поддержки Дистанционных Мультимедийных Интернет-Проектов
«ДМИП.рф»
III открытый региональный конкурс исследовательских и проектных работ
школьников «Высший пилотаж - Пенза» 2021

Проект:

**«Финансовая грамотность:
рациональный потребитель»**

Выполнили: ученики 11 «Б» класса

МБОУ «Лицей №55» г. Пензы

Павлов Аким

Милова Мария

Научные руководители: учитель
обществознания МБОУ «Лицей №55»

г. Пензы О.В.Хонина.

учитель информатики

МБОУ «Лицей №55»

г. Пензы А.А. Святкина.

Пенза 2021

Содержание:

Введение. Актуальность проекта и практическая значимость.	3
Рациональное поведение потребителя	4
Потребительская грамотность подростков.	6
Заключение.	8
План – график проектных работ	9
Литература:	10
Приложение 1.	11
Приложение 2 «Результаты онлайн-опроса».....	12
Приложение 3 «Результаты онлайн-опроса».....	13
Приложение 4.	14
Приложение 5.	16

Введение. Актуальность проекта и практическая значимость.

В современном мире в большинстве государств формируется смешанная рыночная экономика, в которой достаточно большую роль играет потребитель. Потребитель влияет на цены товаров, заставляет предпринимателя считаться со своими вкусами и предпочтениями, таким образом потребитель координирует экономическое развитие, обогащает одних предпринимателей, покупая их продукцию, и разоряет других. Однако сам потребитель достаточно часто ведет себя не рационально. Знание принципов рационального поведения важно как для потребителей, так и для предпринимателей, и для экономики в целом.

На наш взгляд, важно помочь населению понять значение рационального поведения потребителя, так как это поможет более рационально распределять средства, не стать должниками банков, задолжниками по налогам, это даст возможность повысить уровень жизни, так как часто мы тратим деньги на различные мелочи, не откладывая на будущие важные события в нашей жизни. Чтобы избежать такого положения дел, следует обдумывать каждый важный шаг. Это тем более актуально в ситуации, когда финансовая грамотность молодежи достаточно низкая. Результаты опроса старшеклассников МБОУ «Лицей №55» г. Пензы показал, что часть учащихся тратит деньги не рационально и не знает принципов рационального поведения потребителя. Например, 37% учащихся ежедневно посещают буфет 2 и более раз, при этом 40% не потому, что хотят есть, а просто так, за компанию, 45% совершают эмоциональные покупки, по принципу «что хочу». Опрошенные больше смотрят на бренд товара (24%), чем на его цену (15%) и качество (13%). В тоже время рациональными потребителями себя считают 65% учащихся (Приложение1).

Цель проекта: изучить принципы рационального поведения потребителя и повысить финансовую грамотность учащихся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы в сфере рационального расходования средств.

Задачи проекта:

- Организовать исследовательскую работу по рациональному поведению потребителя;
- Изучить поведение учащихся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы, как потребителей благ. Создать памятку для потребителя «Рациональное поведение потребителя».
- Организовать беседы по финансовой грамотности с подростками и молодежью;
- Создать сайт «Финансовая грамотность: ликбез потребителя»

Распространение с помощью электронных СМИ информации, помогающей потребителям найти ответы на волнующие их вопросы.

Целевая аудитория — учащиеся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы.

Ожидаемые результаты проекта:

- По завершению проекта повысится финансовая грамотность участников проекта, сформируется активная гражданская политика.
- Произойдут позитивные изменения в сфере финансовой грамотности подростков МБОУ «Лицей №55».
- Распространение информации через сайт в сети интернет приведет к повышению финансовой грамотности заинтересованных граждан.

Методы исследования, проблемы и реализации проекта: анкетирование и опрос, сравнительный анализ, изучение научной литературы и материалов СМИ.

Данный проект является продолжением проектов: «Финансовая грамотность: ликбез для заемщика», «Финансовая грамотность: ликбез для налогоплательщика», которые заинтересовали значительную аудиторию.

Рациональное поведение потребителя

Рациональное поведение потребителя — это продуманное поведение, предполагающее сопоставление результатов действия с затратами.

Теория потребления исходит из того, что в поведении потребителя отмечаются типичные общие черты:

- спрос потребителя зависит от уровня доходов;
- каждый потребитель стремится получить максимальную полезность;
- средний потребитель имеет систему предпочтений;
- на спрос потребителя влияет наличие или отсутствие «сопряженных» товаров.

Следовательно, можно сформировать основные принципы рационального поведения потребителей на рынке:

1. Ограниченность дохода.
2. Рациональность.
3. Системность предпочтений.
4. Суверенность.

В экономической теории выделяют совокупную и предельную полезность блага.

Совокупная полезность блага представляет собой общую полезность всех единиц данного блага или общую полезность всего потребительского набора.

Предельная полезность блага — это величина дополнительной полезности одной единицы дополнительно потребляемого блага.

Из этого следует, что потребитель блага каким-то образом определяет степень полезности потребления этого блага, а зная полезность разных благ, он может сделать выбор из различных благ. Этот выбор благ должен быть наилучшим, т. е. приносить ему наибольшую полезность и наибольшую степень удовлетворения.

Основными принципами поведения потребителя на рынке при осуществлении потребительского выбора являются:

- выбирая блага, потребитель в первую очередь руководствуется своими предпочтениями к тому или иному товару;
- поведение потребителя является рациональным, поскольку он руководствуется личным интересом;
- потребитель стремится максимизировать совокупную полезность, так как старается выбрать такой набор благ, который приносит ему наибольшую полезность;
- на выбор потребителя влияют основные положения закона убывающей предельной полезности;
- при выборе благ возможности потребителя ограничены ценами на товары, его доходами.

Исходя из этих принципов поведения потребителя, можно сформировать простейшую модель поведения потребителя на рынке.

Модель поведения потребителя представляет собой общие принципы поведения потребителя на рынке, включающие в себя, прежде всего максимизацию совокупной полезности, закон убывающей предельной полезности и бюджетное ограничение.

Потребитель выбирает из максимально возможных наборов благ те из них, которые удовлетворяют его потребности. При этом, увеличивая покупки какого-то блага, он должен отказаться от другого блага, так как его ресурсы (доход) ограничены.

Потребительский выбор представляет собой лучшую комбинацию благ (или

потребительский набор) из всех возможных комбинаций, т. е. выбор, который приносит покупателю наибольшую (совокупную) полезность.

Маркетинговыми исследованиями установлено, что на поведение покупателей значительное влияние оказывают психологические и социальные факторы, а также ценовые факторы.

1. Интерес к цене. Под интересом к цене, или под мотивацией ценового поведения, понимается потребность покупателя получать информацию по ценам и учитывать ее при принятии решения о покупке.

2. Знание цены. Под знанием цены понимается всякая информация, получаемая потребителем и значимая для оценки выгоды покупки желаемого продукта с точки зрения цены.

3. Оценка цены. При принятии решения о покупке товара важное значение имеет не объективная цена продукта, а субъективная оценка предложенной за продукт цены. В этой связи различают суждения (мнения) о “благоприятной цене” и “достойной цене”:

- суждения о “благоприятной цене” основаны на том, что потребители оценивают исключительно цену и не принимают во внимание качество данного товара. Такое поведение можно наблюдать при оценке цен таких продуктов, которые воспринимаются потребителями как взаимозаменяемые и предлагаются в различных местах покупок по различным ценам;

- суждения о “достойной цене” касаются соотношения “цена - качество” благ. “Достойная цена” характеризует воспринятое покупателем соотношение между пользой (ценностью) продукта и уплачиваемой ценой. В этом отношении “достойная цена” находится под влиянием размера воспринятой пользы (ценности) продукта.

4. Анализ цены. Этот фактор ценового поведения потребителей предполагает, что потребители классифицируют продукты по качеству, опираясь на уровень цен. При этом потребители исходят из того, что чем выше цена, тем выше качество продукта. Такое поведение можно объяснить следующими особенностями:

- при оценке потребителем качества, цена является величиной одномерной, а качество - многомерной;

- потребители воспринимают затраты на производство продукта как факторы, влияющие на качество, т. е. высокое качество, по их мнению, сопровождается высокими затратами и, соответственно, высокими ценами;

- потребитель ориентируется на свой опыт о наличии связи высокой цены с высоким качеством, покупая те или иные продукты.

Причины иррационального поведения:

1. Эффект присоединения к большинству, выражающий стремление людей не казаться «белой вороной», быть модными и элегантными, чтобы соответствовать «своему кругу» (он приводит к возрастанию спроса на товар из-за желания подражать другим людям, тоже покупающим его);

2. Эффект сноба, объясняемый стремлением людей к исключительности, выделению себя «из толпы» (он, напротив, приводит к падению спроса из-за того, что другие тоже потребляют этот товар);

3. Эффект Веблена - явление престижного (показательного) потребления, зависящее от цены товара (спрос на престижные высокоценные товары может возрасти при повышении цены

и упасть - при понижении);

4. Желание получить сиюминутное удовольствие (алкоголь, сигареты, наркотики, пища в больших количествах);

5. «Эффект предположительного качества» - товары одинакового качества продаются в разных магазинах по разным ценам;

6. «Спекулятивный спрос» - возникает в условиях дефицита товаров;

7. Стереотипы. Человек склонен объяснять новые явления стереотипами. Выделяют гендерные стереотипы (по полу - женщины должны быть слабой и т. д.), профессиональные стереотипы и этнические;

8. Мнения других лиц. Человек может изменить свое мнение в противоположную сторону только из-за того, что другие люди думают по-другому;

9. Негативный опыт. Если однажды человек имел негативный опыт в определенной ситуации, то схожая ситуация может необъективно вызвать у него отрицательные эмоции;

10. Обучение (или накопление опыта) также влияет на поведение потребителя. Если, скажем, однажды покупатель приобрел хороший телевизор определенной марки и остался доволен ею, он сделает вывод, что все продукты данной марки отличаются высоким качеством. Здесь будет задействован также фактор памяти.

Потребительская грамотность подростков.

Анализ потребительской грамотности подростков на примере учащихся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы показал, что большая часть подростков ведут себя не рационально. Многие достаточно быстро спускают свои карманные деньги, из нескольких вариантов своих потребностей выбирают не то, что надо, а то, что хочется. Таким образом, у учащихся преобладают эмоциональные расходы.

Мы провели онлайн-опрос с помощью сервиса Google - Google Forms, благодаря которому сделали выводы по финансовой грамотности подростков. В данном опросе участвовали ученики 7-ых - 10-ых классов.

Общий результат показал, что имеют собственные деньги на развлечения 20%, а 58 % собираются начать работать, а это значит, что им пригодятся знания по рациональной трате денег (Приложение 2).

В результате проведения опроса мы узнали насколько рационален подход подростков к покупкам каких-либо вещей. Мы создали несколько вопросов, где по шкале от 1-ого до 10-ти человек должен выбрать насколько данное суждение подходит ему. После вычислений мы можем наблюдать результат: нерационально тратят деньги 70% подростков (Приложение 2). При этом многие из тех, кто нерационально используют финансы, считают, что умеют тратить деньги, только 29,2 % признают, что траты их не рациональны (Приложение 2). Все это доказывает, что не все подростки понимают, что значит «Рациональный покупатель». Также опрос показал, что большинство учеников никогда не ходили на какие-либо мероприятия, связанные с финансовой грамотностью, но при этом многие хотели бы узнать о том, как рационально тратить деньги. Следовательно, многим эта тема не безразлична, и они готовы повышать финансовую грамотность (Приложение 3).

Такая низкая потребительская культура создает опасность в будущем, когда подростки станут взрослыми людьми, а культура потребления не повысится. Мы решили провести эксперимент: «Откажись от ненужного». Подростки просмотрели фильм, где люди с определенной периодичностью отказывались от некоторых вещей. Подросткам было

предложено составить список ненужных им предметов, которые у них есть, но без которых они могут обойтись, и затем, они должны проанализировать, какую потребность удовлетворяли эти предметы и попробовать обойтись без них несколько дней.

Анализ намерений показал, что не все знают виды потребностей и не могут выделить из них первичные и вторичные. Никто не отказался от сотового телефона и Интернета, но некоторые собирались с легкостью отказаться от некоторых базовых потребностей: одежды, книг и др. (Приложение 4).

Как преодолеть факторы иррационального поведения?

1. Планировать свои расходы. Составлять списки покупок по мере убывания значимости. Так, находясь в магазине, вы быстрее купите все самое необходимое, не отвлекаясь на другие товары.

2. Не гнаться за брендом. Не стоит тратить последние деньги на покупку дорогой, брендовой вещи, которая создаст лишь иллюзию высокого заработка.

3. Не совершать импульсивных покупок. Чаще всего такие покупки являются бесполезными и деньги на них были потрачены впустую.

4. Отказаться от вредных привычек. Это не только пойдет на пользу вашему здоровью, но и значительно сократит расходы.

5. Повышать финансовую грамотность с помощью сайта «Финансовая грамотность: рациональный потребитель»

Заключение.

Выбор индивида является результатом сложного взаимодействия факторов экономического, культурного, социального, личного психологического характера. Многие из этих факторов не поддаются влиянию со стороны рынка. Однако они оказываются полезными для выявления покупателей с повышенной заинтересованностью в товаре. Другие факторы поддаются воздействию со стороны деятеля рынка и подсказывают ему, как разработать и оценить товар, наладить его распространение и стимулирование сбыта, чтобы вызвать наиболее сильную ответную реакцию потребителей.

Чтобы повысить финансовую грамотность подростков мы создали сайт. Сайт проекта сделан в конструкторе сайтов “Wix” в стилистике проекта. Мы считаем, что намного лучше и правильней было бы сделать сайт вручную, написанием кода с применением языка гипертекстовой разметки HTML, а также CSS, JavaScript и BootsTrap. Но данный конструктор делает сайт более грамотно, если бы сайт мы делали сами со своими знаниями. Благодаря “Wix” сайт получился адаптивным, с анимацией некоторых объектов и он сохраняет стиль проекта, давая всем понять, что сайт неотъемлемая часть его. Именно благодаря сайту распространять информацию можно намного легче, быстрее и затрагивать более обширную часть ЦА (Целевой Аудитории). Но тем не менее одной функции на данном ресурсе не нашлось - таблица расходов и доходов, код для неё мы написали уже сами с помощью HTML, CSS и JavaScript. Таблица есть только на компьютерной версии сайта, в связи с тем, что она некорректно отображается на мобильных устройствах.

Адрес сайта: <https://akimpavlov48.wixsite.com/home>

План – график проектных работ

№	Наименование мероприятия	Сроки	Ответственные	Ожидаемые итоги	Примечания
1	Исследование уровня знаний подростков – учащихся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы по теме «рациональное потребление»: - проведение опроса среди учащихся старших классов Лицея. - приняли участие 105 человек - анализ полученных данных	1.10.20 - 15.10.20	Павлов Аким Милова Маша	Приняли участие 105 человек Сделан анализ полученных данных	
2	Исследование уровня знаний подростков с помощью онлайн опроса по теме «рациональное потребление»: - проведение опроса в сети Интернет среди учащихся 7-10 классов. - анализ полученных данных	22.11.20 - 2.12.20	Павлов Аким	Приняли участие 100 человек Сделан анализ полученных данных	
2	Анализ намерений	15.11.20 – 25.12.20	Павлов Аким Милова Маша	Приняли участие 105 человек. Анализ результатов.	
3	Проведение серии классных часов по теме «Рациональный потребитель» для учащихся 9-11 классов.	2.12.20 – 15.12.20	Павлов Аким Милова Маша	Провели 4 классных часа Участвовали 95 человек учащихся	
4	Создание буклета «Рациональный потребитель»	20.12.20	Павлов Аким	Распространение буклета среди учащихся и молодежи Пензы.	
5	Создание сайта «Рациональный потребитель»	25.12.20	Павлов Аким	Повышение финансовой грамотности учащихся МБОУ «Лицей №55» г. Пензы.	

Литература:

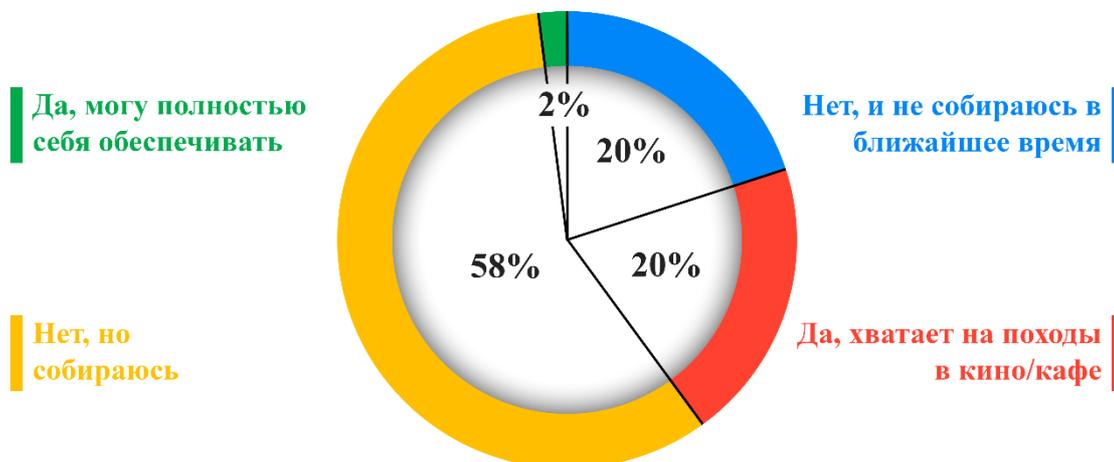
1. Амосова, Гукасян, Маховикова, «Экономическая теория.», 2008
2. Кривонос Ю.Е., «Экономическая теория. Конспект лекций.», Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009.
3. Морозов Ю.В. «Основы маркетинга: учебное пособие для вузов» – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2000. – 156 с.
4. «Основы экономической теории. Конспект лекций.», Евпатория, 2005
5. Спиридонова И. А. Сущность потребления в маркетинге — М.: Высшая школа экономики, 2003 г.
6. Ф. Котлер Основы маркетинга: краткий курс: Учебник. — СПб.: Вильямс 2005 г.

Приложение 1.

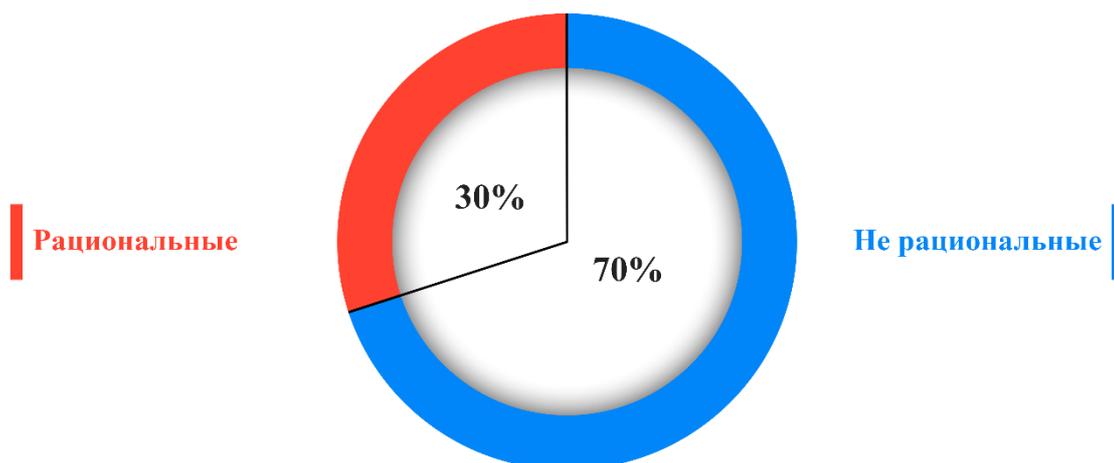
- 1) Сколько раз вы ходите в буфет в течение дня?
 - А. 1 раз
 - Б. 2 раза
 - В. 3 раза
 - Г. Более 3-ех раз
- 2) Посещаете ли вы столовую (горячее питание)?
 - А. Да
 - Б. Нет
- 3) Сколько денег вы тратите на питание в день?
 - А. В буфете –
 - Б. В столовой –
- 4) Чем вы руководствуетесь при посещении буфета?
 - А. Хочу есть
 - Б. За компанию
 - В. От нечего делать, просто так
 - Г. Другое (указать)
- 5) Имеете ли вы недельные деньги
 - А. Да
 - Б. Нет
- 6) Как вы их тратите?
 - А. Покупаю, что хочу
 - Б. Откладываю на какую-либо нужную вещь
 - В. Никак, их у меня нет
- 7) Как вы делаете покупки? На что обращаете внимание?
 - А. Цена
 - Б. Качество
 - В. Упаковка
 - Г. Полезность
 - Д. Потребность товара для других покупателей
- 8) Вы считаете себя рациональным потребителем?
 - А. Да
 - Б. Нет

Приложение 2 «Результаты онлайн-опроса»

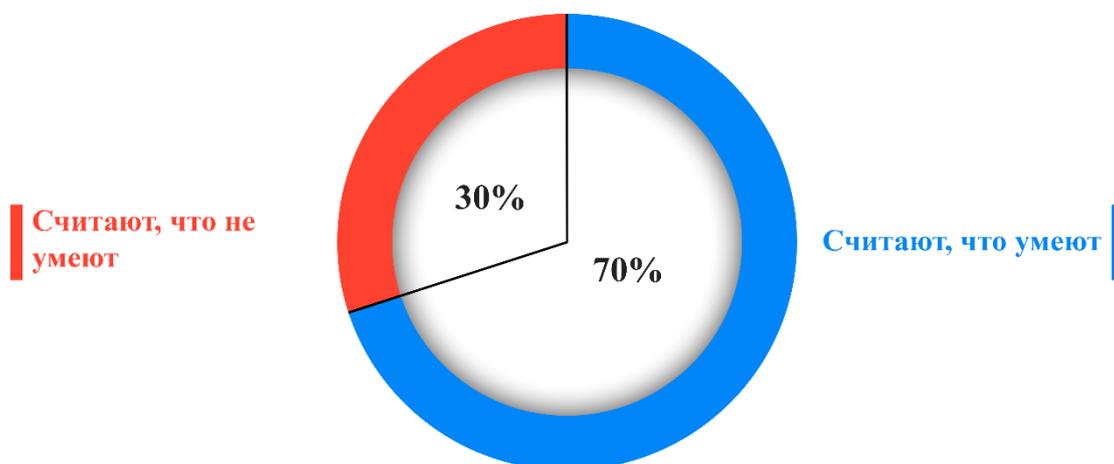
Зарабатываете ли вы деньги сами, без помощи родителей?



Процентное соотношение рациональных и не рациональных покупателей

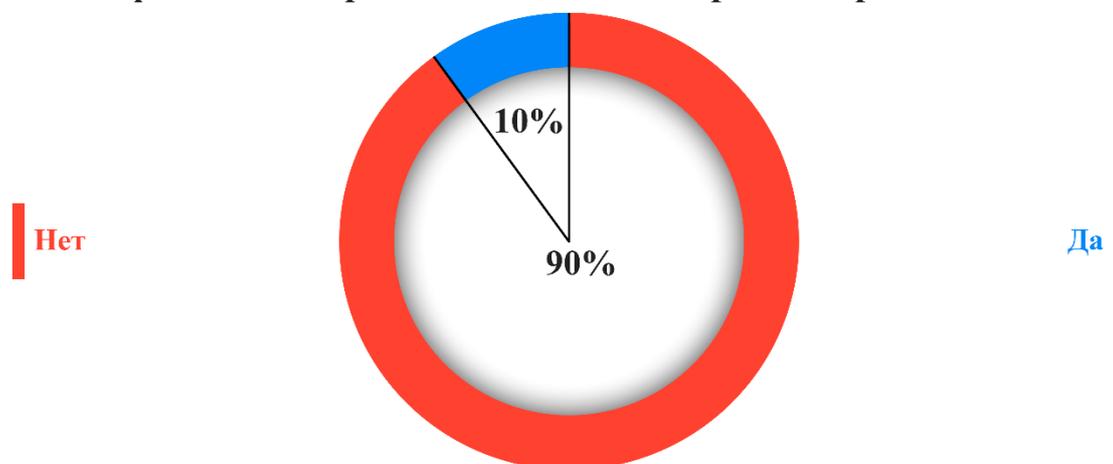


Я считаю, что умею правильно и рационально тратить деньги

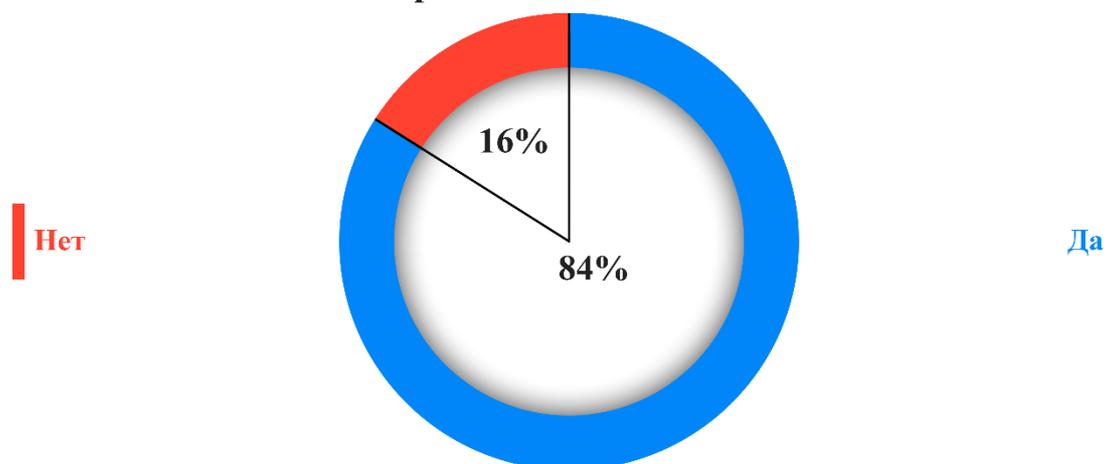


Приложение 3 «Результаты онлайн-опроса»

Вы ходили (или ходите) на обучающие курсы/семинары/занятия по финансовой грамотности или планировании расходов?



Вы хотели бы изучить финансовую грамотность и правила обращения с деньгами?



Приложение 4.

Анализ намерений.

1. Напиши список того, что тебе не нужно из того, что у тебя есть.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

2. Проранжируй список ненужных вещей по мере значимости от наиболее ненужных к менее ненужным и соотнеси их с видами потребностей человека:

	Название вещи	Вид потребности
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

3. Проанализируй стоимость ненужных вещей, сколько средств и ресурсов ты мог бы сберечь.

4. Составь свои советы: «Как не покупать лишнего, как экономить»

1

2

3

4

Приложение 5.

Опрос для проекта "Финансовая грамотность подростков"

Опрос поможет создать общую картину ЦА для проекта "Финансовая грамотность подростков". Пожалуйста, отвечайте честно. Весь опрос проводится только с целью создать правильную статистику, информация не будет использоваться где-либо и куда-либо передаваться.

* **Обязательно**

1. Ваше имя и фамилия (по желанию)

2. Ваша электронная почта (по желанию)

3. В каком образовательном учреждении вы обучаетесь? (Город указывать обязательно)

*

4. Ваш возраст *

Отметьте только один овал.

8-10

11-12

12-13

14-15

16-17

18-20

Более 20

5. Зарабатываете ли вы деньги сами, без помощи родителей? *

Отметьте только один овал.

- Да, могу полностью себя обеспечивать
- Да, хватает на походы в кино/кафе
- Нет, но собираюсь
- Нет, и не собираюсь в ближайшее время

6. Вы курите? (Не обязательный вопрос)

Отметьте только один овал.

- Да (вейп тоже считается)
- Нет

7. Вы употребляете алкоголь? (Не обязательный вопрос)

Отметьте только один овал.

- Да, часто
- Да, редко
- Нет

8. На продукт какой компании вы бы скорее начали копить своими силами? (Без сторонней помощи родственников/друзей) *

Отметьте только один овал.

- Не знаю ни одну из этих компаний
- Asus
- Huawei (Honor)
- Ни в какой технике не нуждаюсь
- Samsung
- Xiaomi (Redmi)
- LG
- Apple
- Lenovo

- Acer
- Другое: _____

9. Сколько у вас вещей, относящейся к одежде, включая те, которые вы не носите? *

Отметьте только один овал.

- 0 - 10
- 10 - 20
- 20 - 40
- 40 - 70
- 70 - 120
- Более 120 вещей

10. Сколько стоит ваша одежда, в которой вы обычно ходите по улице? (Стоимость в рублях) *

Отметьте только один овал.

- 0 - 3 000
- 3 000 - 10 000
- 10 000 - 25 000
- 25 000 - 50 000
- Больше 50 000
- Не знаю

11. Вы скорее купите дорогую брендованную вещь или вещь неизвестной компании?

Отметьте только один овал.

- Бренд
- Неизвестная компания
- Не знаю
- Зависит от цены и обстоятельств
- Другое: _____

12. Вы ходили (или ходите) на обучающие курсы/семинары/занятия по финансовой грамотности или планировании расходов? *

Отметьте только один овал.

- Да
 Нет

Вопросы по шкале от 1-ого до 10-ти

Выберите баллы по шкале от 1-ого (это совсем не про меня или этого со мной никогда не происходило) до 10-ти (это суждение точно про меня или это постоянно со мной происходит)

13. Я покупаю именно такие вещи, чтобы я был(а) не такой(ая) как все, чтобы очень выделяться из толпы *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

14. Я всегда составляю план своих расходов *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

15. У меня никогда не бывает спонтанных покупок *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

16. Если я где-то купил вещь, и она мне не понравилась (была бракованной, подделкой, плохого качества, не доставлена), то я стараюсь больше не покупать что-либо в этом магазине (или на сайте) *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

17. Я покупаю только такие вещи, чтобы я был(а) такой(ая) как все, чтобы совсем не выделяться из толпы *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

18. Я считаю, что чем выше цена товара, тем качество товара выше *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

19. Если мне надо что-нибудь купить, то я смотрю, что покупают большинство и тоже приобретаю этот товар *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

20. Я считаю, что умею правильно и рационально тратить деньги *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

21. Если мне надо что-нибудь купить, то я долго сижу и перебираю все возможные варианты покупки, сравниваю цены, характеристики и только после этого окончательно определяюсь с выбором *

Отметьте только один овал.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

Завершение опроса

22. Вы хотели бы изучить финансовую грамотность и правила обращения с деньгами? (Если хотите что-от дополнить, то можете поделиться в развернутом варианте ответа)

Отметьте только один овал.

Да

Нет

Другое: _____

Рецензия
на проект учеников МБОУ «Лицей №55» г. Пензы

Павлова Акима, Миловой Марии.

Проект посвящен теме «Финансовая грамотность: рациональный потребитель».

В работе исследуется проблема рационального потребления и рациональных расходов. Авторы проекта проанализировали финансовую грамотность подростков, отношение подрастающего поколения к проблеме рационального потребления и постарались создать пособие для потребителя в виде сайта «Ликбез для потребителя».

Проектная группа провела исследование научной литературы, материалов интернет сайтов по проблеме рационального потребления, попытались понять причины нерационального потребления. Также в процессе изучения проблемы удалось понять, что подростки зачастую не обладают финансовой грамотностью и поэтому подходят к проблеме потребления товаров и услуг не совсем ответственно.

Работа не является только констатацией фактов, в ней предлагается осмысление имеющихся проблем и создание памятки для потребителя. Проект имеет социальную направленность, но не лишен и элементов научного исследования. Ценным является и то, что использованы интерактивные методы исследования, проведен опрос с использованием сети Интернет, это позволило распространить исследование за пределы учебного заведения и привлечь к проблеме больший интерес. Работа показала, что подросткам необходима помощь в овладении финансовой грамотностью.

Данная тема довольно актуальна, так как она может помочь формированию финансовой грамотности молодежи. Проект может быть представлен на НПК школьников г. Пензы.

Директор «МБОУ Лицей №55» г. Пензы
кандидат педагогических наук



Краличкина Е.А.