

Elena Lucia Bălan

Ortansa Moise

Violeta Elena Hera

# Társadalmi nevelés

# 8

Tankönyv a VIII. osztály számára

A tankönyv bemutatása ..... 6

## BEVEZETŐ LECKE

A polgár gazdasági dimenziója ..... 7

### 1. FEJEZET

#### A FOGYASZTÓ ..... 11

1. Mit jelent „a fogyasztó a király”? ..... 12

2. Javak és szolgáltatások fogyasztói ..... 14

3. Tájékozott és felelős fogyasztó ..... 16

4. A fogyasztók jogai és védelme ..... 19

PROJEKT ..... 22

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 24

ÉRTÉKELÉS ..... 26

### 2. FEJEZET

#### A TERMELŐ ..... 27

1. A termelő és a tulajdon ..... 28

2. A vállalkozó és a vállalkozói szellem ..... 30

3. Kezdeményezés és üzleti kockázat ..... 32

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 34

ÉRTÉKELÉS ..... 36

### 3. FEJEZET

#### A CSALÁDI/SZEMÉLYES KÖLTSÉGVETÉS ..... 37

1. Szükségletek, vágyak és a családi/személyes erőforrások ..... 38

2. A család költségvetése ..... 41

3. A személyes költségvetés ..... 44

4. Egy cél elérésének személyes és családi cselekvési terve ..... 46

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 48

ÉRTÉKELÉS ..... 50

### 4. FEJEZET

#### A PÉNZ SZEREPE A CSALÁDI/SZEMÉLYES KÖLTSÉGVETÉSBEN ..... 51

1. Aktuális pénzformák  
A pénz értéke és funkciói ..... 52

2. Románia nemzeti pénzneme ..... 54

3. Fizetési eszközök és lehetőségek ..... 56

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 58

ÉRTÉKELÉS ..... 60



### 5. FEJEZET

#### A FOGYASZTÓ ÉS A BANK ..... 61

1. Banki termékek és szolgáltatások ..... 62

2. Korszerű megtakarítási eszközök ..... 64

3. Ifjúkori megtakarítási lehetőségek ..... 66

4. Banki ajánlat választása (szerződés, kamat, díjak) ... 68

5. A banki intézményekkel való együttműködés  
előnyei és kockázatai ..... 70

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 72

ÉRTÉKELÉS ..... 74

### 6. FEJEZET

#### A FOGYASZTÓ ÉS A NEM BANKI PÉNZÜGYI INTÉZMÉNYEK ..... 75

1. Biztosítási termékek és szolgáltatások ..... 76

2. Biztosítási ajánlatválasztás ..... 78

3. A nem banki pénzügyi intézményekkel való együttműködés előnyei és kockázatai ..... 80

ÖSSZEFOGLALÓ/ISMÉTLÉS ..... 82

ÉRTÉKELÉS ..... 84

#### PROJEKT ..... 85

1. Témaválasztás és ennek lépései ..... 86

2. Projektlap kidolgozása ..... 87

3. A projekt kivitelezése ..... 89

3.1. Projekt monitorizálása ..... 91

3.2. A projekt eredményei ..... 92

4. A projekt értékelése ..... 93

4.1. Láthatóság és népszerűsítés ..... 93

4.2. A projekt portfóliója ..... 94

ISMÉTLÉS ..... 95

ÖSSZEFOGLALÓ ÉRTÉKELÉS ..... 96

Megoldások és útmutatások ..... 96

„Az üzleti siker első feltétele a fogyasztók igényeinek helyes felmérése.  
Ennek minden hibája sokba kerül a vállalkozónak.”

(Michel Didier, francia közgazdász, a *Gazdaságtan – a játék szabályai* című munka szerzője)

## A GAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI NEVELÉS ELMÉLETI VONATKOZÁSAI

A VIII. osztályos diákok kedvelik a sportot. Egy jól (öltözőkkel, edzőhelyekkel, megfelelő labdákkal, berendezésekkel) felszerelt futballpálya olyan szükségletek kielégítéséhez járulna hozzá, mint a mozgás, a szabadidő eltöltése, az osztálytársakkal való szocializáció, ugyanakkor hozzájárulna ahhoz, hogy összetartóbbak legyenek, hogy egy valódi csapatot alkossanak. Egy ilyen



terv megvalósítása mindenkinek tetszene, úgy az osztálybeli fiúknak, mint a lányoknak is.

### Szótár

**Fogyasztó:** bárki, aki szakmai tevékenységén kívüli, azaz személyéhez és családjához kötődő tevékenységek során megszerez, vásárol, javakat és szolgáltatásokat használ.

Gazdasági értelemben minden fogyasztó a lehető legjobban és a lehető legkevesebb pénzből szeretné kielégíteni szükségleteit. Ehhez pedig olyan javakat és szolgáltatásokat fog igénybe venni, amelyek számára hasznosak.

Visszatérve a lecke elején elemzett példához, a futballpálya létrehozásának azért van értelme, mert a diákoknak szükségük van rá. Ehhez hasonlóan, egy termék megszerzésére addig kerül sor, ameddig van, aki azt megvásárolja. Ha az emberek bizonyos szolgáltatást igénybe szeretnének venni, akkor szolgáltatók is lesznek, akik ezt biztosítani fogják. A gazdasági tevékenység rendeltetése nem más, mint a fogyasztók szükségleteinek a kielégítése, akik ily módon vásárlókká válnak. Így a termelők, szolgáltatók és a fogyasztók között szoros kapcsolat alakult ki. Egyesek a javak és szolgáltatások kínálatát, mások a keresletet képviselik.

Ha nincs kereslet (ha nincs szükségünk, nincs, aki megvásárolja), a kínálat sem fog létezni, mert a termelésnek önmagában nincs értelme. Ezáltal határozza meg a fogyasztó azt, hogy mit, mennyit és hogyan termeljenek. Ehhez kapcsolódik „a fogyasztó a király” kifejezés is. Ebben az értelemben ő az, aki a termelést irányítja.

## GYAKOROLJUK A GAZDASÁGI GONDOLKODÁST!

1. A fenti mottó kötődik a termelő-fogyasztó viszonyához? Egy rövid összefoglaló szövegben, amelynek kiindulópontja Michel Didier állítása, mutasd be ezt a viszonyt!
2. Példázz három olyan gazdasági jószágot, amelynek termelése értelmetlen lenne, mert nem volna rá vásárló!
3. Nevez meg egy olyan terméket, amelyre szükség van, de nem árusítják sehol, tehát nem tudod beszerezni. Azonosítsátok egyik lehetséges magyarázatát annak, hogy ezt nem gyártják és nem forgalmazzák!
4. Bizonyos javak fogyasztása a potenciális vásárlók jövedelmétől függ. Például egy X termékhez csak a magas jövedelemmel rendelkező fogyasztók férnek hozzá, a kis vagy középsztintű jövedelműek számára elérhetetlen.
5. Másoljátok át a füzetbe az alábbi javakat/szolgáltatásokat, majd rendeljétek hozzá a táblázatban megadott hozzáférhető/nem hozzáférhető szimbólumait, egy körülbelül 6000 lejes jövedelemmel rendelkező, szülőkből és veletek egykorú, két gyermekből álló család esetében!

Iskolai történelematlász



Mosógép

Az iskola által szervezett, ingyenes néptáncoktatás mindkét gyermek számára

A család minden tagjának megfelelő lábbeli

Drágakövekkel díszített, utolsó generációs okostelefon

A lakásban Wi-Fi internetes bérlet

Szolgáltatások (gáz, villamos energia, szennyvíz)

Dacia Logan

Otthoni zongoraleckék, amelyeket a klasszikus zene világának egy híressége tart.



Családi nyaralás egy egzotikus szigeten

Havi négy színház- vagy mozijegy

A lakás tisztántartásához szükséges termékek

Méltóságteljes életvitelhez szükséges élelmiszerek

## GONDOLKODJUNK



A magyarázat ezen pontjához érve, egyes diákok felteszik maguknak a kérdést, vajon a termék a maga során nem befolyásolja, irányítja a fogyasztót? Ha a termelők nem hoznának a piacra egy új telefonmodellt, amelyet reklámozhatnak is, elégedettek lennének régi készülékünkkel?

Ma az okostelefon-, az intelligens tévé, a számítógép-, vagy az internetszolgáltatás nélkül el sem tudjuk képzelni életünket.

Ezek 15-20 évvel ezelőtt nem léteztek, nem voltak meghatározó tényezői nagyszüleink, szüleink jólétének. A maguk során, a javak termelése, a szolgáltatások is új szükségletek megjelenéséhez vezetnek.

Tehát nem csak a fogyasztók befolyásolják a termelőket, hanem a termelők is potenciális vásárlók vagy fogyasztók megjelenéséhez járulnak hozzá a piacra vitt technológiai újdonságokkal, új termékekkel, ezeket bemutató, olykor agresszív reklámok által. A globalizáció digitális korszakában, amelyben élünk, egy új típusú fogyasztó jelenik meg, az online vásárló.

Mivel az interneten rákereshet az érdeklődési tárgyához kötődő összes oldalra, szükségleteit egy térbeli korlátokkal nem rendelkező kínálatból elégítheti ki. Ennek első feltétele az érdeklődés megnyilvánulása, ezt követi majd a „keresés”, amely hozzáférhető minden olyan felhasználónak, aki rendelkezik egy okostelefonnal vagy számítógéppel, amelyre a világ bármely pontján levő cégtől való vásárláshoz szükséges alkalmazások vannak telepítve.

Természetesen, ti képesek vagytok egy személyes fiókot létrehozni egy vásárlási oldalon. Az online fogyasztó a kiválasztott termékek minőségéről információkat kaphat, még akkor is, ha ezek több száz vagy ezer kilométer távolságra vannak tőle. Lehetősége van az árak összehasonlítására vagy más vásárlók egy bizonyos termékkel kapcsolatos elégedettségi szintjükre vonatkozó bejegyzéseik elolvasására.

Az online vásárlás egyre elterjedtebb.



## Tevékenység által tanulunk

**1. SZEREPJÁTÉK.** A fogyasztó „király” vagy sem?

✓ Válasszátok ki a forgatókönyvírók csapatát, akik kidolgozzák az eljátszásra kerülő szöveget. A forgatókönyvírók azonosítanak egy olyan helyzetet, amelyben a fogyasztók szükségletei a döntők: mit és mennyit hajlandók vásárolni, milyen legyen a termékek minősége.

✓ Szereposztás: a vásárlók (számukat a forgatókönyvírók határozzák meg), a termelő.

✓ Pontosítsátok a szerepek elsajátításának ütemét!

✓ Állítsátok össze a szereppróbák időbeosztását!

A darab bemutatásán részt vevő diákok értékelőlapokat kapnak. A bemutatót „A fogyasztó a király – pro vagy kontra” című vita követi.



„A fogyasztó a király” – egy ma is aktuális kifejezés.



**2.** Készítsetek magatok is egy olyan ábrát (fénykép, rajz, festmény stb.), amely „a fogyasztó a király” kifejezést tükrözi. Munkáitokból rendezetek be egy minikiállítás, melynek címe: „A fogyasztó a király – ahogyan mi látjuk!”

## Tudjunk meg többet

„Recesszióban, a fogyasztó a király” címmel jelent meg a *Time* folyóiratban a cikk, amely részletezi, hogyan vált igazán királlyá a fogyasztó a kereskedelmi válságban. Humorosan állapítja meg a szerző, hogy nem volt tudatában „hatalmának” mindaddig, amíg fodrászhoz ment, ahol körömápolásban is része volt a megszokott ingyenkávé mellett.

(<https://revistaprogresiv.ro/>)



We know books

# JAVAK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK FOGYASZTÓI

„Légy saját terméked fogyasztója! Saját vágyaid szerint fejleszd, és ne azzal ámitsd magad, hogy a terméknek csak fogyasztója vagy.”  
(Evan Williams, kanadai színész és zenész)

## A GAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI NEVELÉS ELMÉLETI VONATKOZÁSAI

### GONDOLKODJUNK



*Alexandra és András azt szeretnék tudni, melyek azok a dolgok, amelyekkel a fogyasztók szükségleteiket kielégítik. Mi jellemzi őket? Miben különböznek egymástól?*

Különböző típusú szükségleteik kielégítésére a fogyasztók javakat és szolgáltatásokat vásárolnak.

Hogyan különböztetjük meg a javakat a szolgáltatásoktól?



- A javak olyan tárgyak, amelyek konkrét, anyagi formát öltenek; például: füzetek, üdítő, asztal és minden más olyan tárgy, amely otthonainkban, iskolában stb. körülvesz.
- A szolgáltatásoknak nincs konkrét, anyagi formájuk, nem tapinthatók, ezek hasznos tevékenységek, amelyek által egy szükséglet kielégítődik; például: szállítás, távközlés, reklám, orvosi konzultáció, szépségápolás stb.



*Alexandra és András felfigyel arra, hogy szükségleteink kielégítésére különböző fogyasztási tárgyakat használunk. És arra is, hogy a javakhoz nem egyformán férünk hozzá. Egyesekhez ingyen, erőfeszítés nélkül jutunk hozzá,*

*ezeket a természet adja: a folyók vize, a hegyi vagy tengeri levegő; másokért ellenben fizetni kell: telefonok, notebook-ok, könyvek, ruházkodási cikkek stb.*

A közgazdászok is felismerik ezt a különbséget, és a javakhoz való hozzáférés különböző módjával magyarázzák.

- Azokat a javakat, amelyekhez a hozzáférés nem korlátozott, amelyek tetszés szerint fogyaszthatók, szabad javaknak nevezik (hegyi vagy tengeri levegő).
- Azokat a javakat, amelyek bizonyos erőfeszítést feltételeznek, gazdasági tevékenység eredményeként jönnek létre, gazdasági javaknak nevezik (könyvek, telefonok, vírusokkal és allergénekkal szembeni védelmet nyújtó maszkok, ruházkodási cikkek stb.).

## GYAKOROLJUK A GAZDASÁGI GONDOLKODÁST!



1. A fenti képen azonosítsátok a méhészttermékeket és szolgáltatásokat!

### Tevékenység által tanulunk

**PROJEKT.** Gyűjtsetek adatokat a település gazdasági szereplőiről és tevékenységi területeikről, majd másoljátok át és töltsétek ki a füzetben az alábbi táblázatot!

JAVAK		SZOLGÁLTATÁSOK	
A gazdasági szereplő neve	Tevékenység sajátossága	A gazdasági szereplő neve	Tevékenység sajátossága

- a) Fogyasztóként elégedettek vagytok a helyi piacon fellelhető javak és szolgáltatások kínálatával? Miért?
- b) Egy idegen befektető érdekelt a településetek gazdasági fejlődéséhez hozzájárulni, és mint jövőbeli fogyasztói szükségleteitekkel kapcsolatos információkat gyűjt. Milyen tevékenységi területet fogtok figyelmebe ajánlani? Indokoljátok választásotokat!

A diákok felfigyelnek arra, hogy a gazdasági javak között is különbségek vannak. Például: torna órán, ha nincs sportcipője, használhat teniszcipőt is, ám IKT – információ és kommunikáció technológia órákon a számítógéphasználat bizonyos programok telepítését feltételezi.

A közgazdászok azt mondanák, hogy helyesek a diákok észrevételei. Jelen esetben a viszonyulási mód függvényében teszünk különbséget:

- *helyettesíthető javak* – mivel ugyanazt a szükségletet elégítik ki, egymással felcserélhetők (mint a sport- és a teniszcipő);
- *komplementáris (kiegészítő) javak* – az egyik használata feltételezi a más javakkal való társítást (a számítógép és a telepített programok példája).

A gazdasági javak egyik sajátos csoportját a banki és pénzügyi ajánlatok képezik\*.

A bankok a fogyasztóknak szolgáltatásokat kínálnak, olyan termékek formájában, mint:

- takarékszámilák nyitása;
- a pénz egyik számláról a másikra való átutalása (bankon belül és más bankokban nyitott számlák között);
- kölcsönök, célirányos hitelek (kölcsönök ingatlan-, gépjárművásárlásra, tanulmányi, utazást fedező, egy vállalkozás indítását vagy fejlesztését célzó stb. hitelek).

## Szótár



**A hitel:** Olyan pénzügyi viszony, amely pénzbeli kölcsönt vagy árut és szolgáltatásokat hitelbe adó hitelező (lehet természetes vagy jogi személyiséggel rendelkező) és a visszafizetendő és általában kamatköteles hitelt felvevő, az árut vagy szolgáltatást adósságra megvásárló adós (lehet természetes vagy jogi személyiséggel rendelkező) között áll.

A pénzügyi intézetek kínálatában **nem banki** pénzügyi ajánlatok is vannak. Ezek:

- befektetési termékajánlatok;
- biztosítótársaságok kötvényei; ezek lehetnek egészség-, lakás, gépjármű-, utazás stb. biztosítási kötvények. Ezeket aprólékosabban a 6. fejezetben fogjuk elemezni.

\* A banki-pénzügyi termékekkel kapcsolatos információk, magyarázatok, gyakorlatok az 5. fejezetben található.

## Képzeten alapuló gyakorlat

**MINIKUTATÁS.** Feltételezzük, hogy lakóhelyeiken egy szolgáltatást nyújtó vállalkozást szeretnének indítani. Mielőtt tevékenységetek tárgyáról döntenétek, olyan kérdéseket tesztek fel, mint például:

- Településeken melyek azok a szolgáltatások, amelyekből hiány van?
- Melyek a telített tevékenységi területek?
- Egy hiányos vagy egy telített piacra érdemesebb belépni? Miért?

Fogalmazatok meg más kérdéseket is, amelyeknek válaszai segítenek a helyes döntéshozatalban!

2. Az alábbiak az online sajtóban megjelent információk:

„Annak ellenére, hogy pár millió hektáros erdő fölött gazdálkodik, a Romsilva (Országos Erdészeti Igazgatóság) ebben az évben csupán 26 000 ezüsthenyőt és 14 000 lucfenyőt kínál eladásra. A karácsonyfa-szükséglet fedezésére importálásra és más, itthoni cégek kínálatára lesz szükség.

Az Országos Erdészeti Igazgatóság bejelentette, hogy az árak 15 és 35 lej között fognak mozogni [...], a karácsonyfák magassága és fajtája függvényében.

Eladás céljából az elkövetkező időszakban, az igazgatóság a piacon «csak cserepes, maximum egy méter magas fenyőket fog kínálni, amelyek utólag elültethetők. Ez a lakosság környezettudatos nevelés-kérdését is érinti».”

(<https://sfgh.rosilva.ro/>)

- Nevezd meg azokat a javakat/szolgáltatásokat, amelyekre a fenti szöveg utal!
- Pontosítsd, fogyasztóként, az illető javak mely választékához férsz hozzá a fenti kínálatban!
- A cikk szerzőjének meglátása szerint biztosítani tudják a szükséges karácsonyfa mennyiséget?
- Az újságcikk alapján említsd meg a probléma orvoslásának lehetséges módjait! Van más ötletetek is?

3. Figyeld meg a mellékelt képet! Felismeritek a képen látható tárgyakat? Mire használják őket? Mutassátok be a képen látható tárgyakat, és azonosítsatok a képről leolvasható információkat!



„A tudatlanságnál semmi sem drágább.”

(Grigore Moisil, román matematikus)

## A GAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI NEVELÉS ELMÉLETI VONATKOZÁSAI

### GONDOLKODJUNK



A diákoknak gazdasági-pénzügyi nevelés órán színes szövegkiemelőre van szükségük. Felmerülő kérdések: gyorsan vásároljunk a legközelebbi üzletből, délután elmenjünk egy hipermarketbe, ahol alacsonyabb áron vásárolhatunk, vagy elmegyünk egy írószervezetbe, ahol az eladó kedves, vásárlási tanácsokkal lát el, lehetővé teszi a termék kipróbálását, érdeklődő a vevő elégedettségével kapcsolatosan?

A tanulók a fogyasztó sajátos választási helyzetébe kerülnek, amikor ésszerűen kell dönteniük. Mit jelent a racionális fogyasztói döntés? A fogyasztó által tudatosan meghozott döntést.



*Alexandra és András így megértik, hogy napjainkban a fogyasztó már nem az első, útjába eső üzletből vásárol. Kiválasztja azt a gyártót vagy kereskedőt, aki megfelelő minőséget és árat kínál, ahol jól fogadják, és kedvesen bánnak vele, ahol kedvezményeket, hűségkártyákat, árcsökkentéseket kínálnak fel stb.*

A racionális fogyasztó az, aki a *maximális haszonra törekszik*, adott jövedelmi korlátok és a fogyasztási termékek ára által biztosított feltételek mellett.

A fogyasztó választása lemondást is feltételez. A választásnál szem előtt kell tartani, hogy a jövedelem korlátozott, a kívánt termékek eltérő árakon lesznek hozzáférhetők a piacon, illetve hasznosságuk is különbözik. *Gazdasági racionalitásnak* nevezzük azokat a helyzeteket, amelyek a választás és a lemondás kapcsolatán alapulnak.



A tájékozott fogyasztó elsősorban egy informált fogyasztó. A megfelelő időben való informálást lehetővé teszi: a kereskedelem nagymértékű digitalizálása, melynek következtében az internetfelhasználó korlátlanul férhet hozzá információkhoz (az árak és termékek tulajdonságai nyilvánosak és összehasonlíthatók stb.), és ugyanakkor a fogyasztók érdekvédelmi szerveződésekbe való tömörülése lehetőségének a növekedése is.

## GYAKOROLJUK A GAZDASÁGI GONDOLKODÁST!

- Válasszátok ki a helyes állítást! Indokoljátok meg választásotokat!
  - A hideg évszakban a fagyalt és az üdítő fogyasztása nő/csökken.
  - A fogyasztók jövedelmének növekedésével a termékek és szolgáltatások fogyasztása nő/csökken.
  - A legújabb divatirányzatok hatására nagyon gyakran/nagyon ritkán változik a fogyasztói preferencia az öltözködés terén.
  - Ha a dohányzás káros hatásairól a fogyasztókat helyesen tájékoztatják, csökken/nő az eladott dohánytermékek mennyisége.
  - A születési arány növekedésével a gyermekjátékok és gyermekruhák iránti kereslet nő/csökken.
  - Ha a „bio” élelmiszerek ára csökken, akkor ezek fogyasztása nő/csökken.

### Tevékenység által tanulunk

#### A racionális fogyasztói döntés gyakorlása a „Gondolkodó kalap” módszerével

A feladat: a kampány megszervezéséhez szükséges fogyóeszközök beszerzése és „Felelős fogyasztó vagyok!” címmel közösségi tájékoztatás megszervezése. Azonosítsátok az általatok elfogadható minőségű és ugyanakkor az 500 lejes költségvetési keretbe beilleszhető, szükséges mennyiségű fogyóeszközök beszerzésének legjobb lehetőségeit.

A tevékenység megszervezése: a tanár hat csoportra osztja az osztályt, minden csoportnak kioszt egy színes kalapot. Minden csoport a piacutatósi tanulmány után bemutatja a fogyóeszközök kínálatát (minőség, ár, elérhetőség) a kalap színének megfelelően. A megbeszélés végén kerül kiválasztásra a legjobbnak vélt ajánlat.

A helyesen tájékoztatott fogyasztó képes a következő kérdésekre válaszolni:

- Melyek a legelőnyösebb termékek és szolgáltatások a piacon?
- Melyek az azonos típusú termékek és szolgáltatások közti különbségek?
- Melyik lesz adott pillanatban a piacon fellelhető legjobb minőség/ár viszony?
- Melyik termelőben bízhatunk és válhatunk hűséges vásárlójává?

### GONDOLKODJUNK

A VIII. osztályos diákok kérdése: a fogyasztás állandó vagy változó? A diákok megfigyelik, hogy egyik napról a másikra vagy háztartásonként is, úgy a saját, mint mások fogyasztási szokásai is eltérést mutatnak. Szeretnék tudni, milyen tényezők határozzák meg a fogyasztási cikkek iránti kereslet változását a piacon.

A közgazdászok több tényezőt azonosítanak, melyek meghatározzák a fogyasztás változását:

- a fogyasztók jövedelme,
- a fogyasztó szükségleteinek nagysága, sokrétűsége, változatossága,
- az ízlés és az igények változása,
- a hagyományok és divatirányzatok változásai,
- kereskedelmi márkák és védjegyek,
- minőség.

### A FELELŐS FOGYASZTÓ

A felelős fogyasztás fogalma a fogyasztás szabályozását taglalja, olyan fogyasztó szempontjából, aki felelős módon fogyasztja a javakat anélkül, hogy pazarolna.

Napjaink fogyasztói nem mondanak le fogyasztási szokásokról. Sőt, jólétre és a fogyasztás mértékének növekedésére számít.

Az irracionális fogyasztói döntéseknek elsősorban hosszútávú következményei vannak.

Az emberi szükségletek kielégítése erőforrások felhasználásával valósul meg, és visszafordíthatatlan környezetromboló következményekkel jár ésszerűtlen használatuk. Az erőforrások kimerülésével kapcsolatos korszerű tanulmányok rámutatnak arra, hogy az emberiség, túlélése érdekében, véget kell vessen a túlzott fogyasztásnak, és fel kell adja a hosszú ideje gyakorolt, gazdaság fejlődési modellt: a fogyasztói társadalom modelljét.

### Tevékenység által tanulunk



Fehér kalap: a minőségre, mennyiségre, árra, elérhetőségre vonatkozóan semleges, objektív információkkal szolgál.



Piros kalap: érzelmeket fejez ki, érzelmi szinten közelíti meg a lehetőségeket.



Sárga kalap: kifejezi az előnyöket, a hasznosságot, figyelembe veszi a pozitívumokat, a lehetőségek optimista perspektíváját körvonalazza.



Fekete kalap: kifejezi a negatívumokat, hátrányokat, kockázatokat, azonosítja a hibákat, óvatosságra int.



Zöld kalap: új lehetőségekre hívja fel a figyelmet, a kreatív, innovatív gondolkodást képviseli.



Kék kalap: elemzi a helyzetet, következtetést von le, tisztázza a megoldást (a legjobb választása).

### Tudjunk meg többet

A közgazdászok a fogyasztás újabb jellemzőit elemzik. Íme, a fogyasztás szemszögéből az értékek és az életstílus jellemzőinek alakulása (Mihuț, Ioan; Pop, Marius, *Comportamentul și protecția consumatorului*, Cluj-Napoca, 1995, p. 95):

- a hangsúly a mennyiségről a minőségre tevődik
- a hangsúly a csoportról az egyénre tevődik át,
- a pazarlásról a mértékletességre való átmenet;
- szeszélyekről a divatra és a stílusra való átmenet,
- tékozlásról a megőrzésre való átmenet.



CSÖKKENTSD



HASZNÁLD  
ÚJRA



HASZNOSÍTSD  
ÚJRA

A fenntartható gazdaság a jövő.