

# ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ОСНОВ СПОЖИВЧИХ ЗНАНЬ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

**Р.П. ЖАДАН, Г.І. ГРИГОРЕНКО**

*Україна, м. Запоріжжя, Запорізький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти*

Сучасне суспільство потребує, щоб кожна людина мала певні уявлення про основи споживання та застосовувала набуті знання у конкретних життєвих ситуаціях. Це обумовлено зростанням потреб людини та різноманітністю товарів та послуг, які пропонуються на споживчому ринку.

Споживач - фізична особа, яка купує, замовляє чи використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для власних потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю чи виконанням обов'язків найнятого працівника (ст.1 Закону України «Про захист прав споживачів»).

Саме споживання визначається як процес, що включає в себе цілий ряд приватних процесів: вибір товару чи послуги, купівля, використання, підтримка речі в порядку, ремонт і розпорядження, т.ін.

Тож формування основ споживчих знань є однією з найактуальніших. задач в сучасних умовах ринкового господарства. Необхідність впровадження споживчих знань в освітній процес визначається сьогоденними умовами життя та діяльності людини в суспільстві. Цей процес повинен бути безперервним і проходити через усю систему освіти - від дошкільної до післядипломної. Слід зазначити, що на сьогоднішній день основи споживчих знань як змістовий компонент почав викладатися у загальноосвітніх навчальних закладах як предмет за вибором у загальному пакеті дисциплін за економічним профілем.

Аксіомою є той факт, що споживачем людина стає від дня свого народження. Тому споживчі знання повинні стати однією з умов набуття важливих життєвих компетентностей, формування яких починається в родині з раннього віку. Саме родина надає можливість опанувати дітям ази споживчої поведінки: вибір та споживання продуктів харчування, споживчих товарів та послуг. Крім того, дошкільник починає засвоювати правила поведінки в різних закладах: лікувальних, навчальних, розважальних, торговельних тощо.

Таким чином, виникає об'єктивна необхідність у формуванні основ споживацьких знань, відповідної культури, вироблення навичок розумної споживацької поведінки вже з дошкільного віку. Але не кожна родина приділяє достатню увагу питанням щодо економічної, зокрема, споживчої, освіти дитини, не усвідомлює її необхідності. Досвід свідчить про часто байдуже ставлення дорослих, перш за все батьків, до поміркованого вибору товарів для своєї родини, своїх дітей. Так, батьки у крамницях, купуючи продукти, не звертають увагу на їх якість, часто купують дітям шкідливі солодощі, газовані напої, чіпси, небезпечні іграшки. Відсутність певних споживчих знань у дітей приводить до нерозуміння ними користі того чи іншого товару. Як діти, так і дорослі, орієнтуються при виборі в основному на рекламу.

Тож робота з формування основ споживчих знань має проводитися у тісній взаємодії з родинами дітей. Дошкільний навчальний заклад має специфічні особливості та можливості цілеспрямованої педагогічної діяльності щодо економічної освіти дошкільників. Вивчення досвіду роботи ДНЗ свідчить, що в цілому вона проводиться епізодично й зводиться лише до розгляду окремих понять (гроші, магазин, банк). Складність такого становища полягає в тому, що вивчення економіки в дошкільних закладах не є обов'язковим. Це також стосується і проблеми формування основ споживчих знань. Бо саме з дошкільного віку діти повинні мати уявлення про свої потреби та потреби своєї родини, розуміти, що потреби безмежні, а можливості для їх задоволення – обмежені, уміти співвідносити свої бажання та можливості родини їх задовольнити. Дошкільники можуть робити висновки щодо значення товарів і послуг у житті людини, щодо особливостей різних професій.

Комплекс питань, пов'язаних із визначенням завдань, методів, прийомів ознайомлення дошкільників з основами споживацьких знань розглянуто в сучасних дослідженнях і свідчать про необхідність її упровадження з дошкільного віку, коли діти отримують первинний досвід в елементарних економічних відносинах (Курак Є., Лохвицька Л., Сасова І., Сазонова А., Смоленцева А., Шатова А. та інш.).

Як підкреслює Л.Лохвицька, надання дошкільникам споживчих знань є складовою повноцінного і всебічного їх виховання та успішного входження в соціальне середовище, яке необхідне реалізовувати як в умовах роботи дошкільних навчальних закладів, так і в родинному колі.

Таким чином, необхідність формування основ споживчих знань з дошкільного віку є актуальною проблемою, бо несвоєчасність цього процесу може негативно позначитися на становленні основних характеристик особистості: ощадливості, економності, працелюбності та загальмує набуття життєвого соціального досвіду.

Наше дослідження, пов'язане з вивченням досвіду роботи ДНЗ, довело, що економічна освіта ще не посіла відповідне місце в освітньому процесі. Чим це можна пояснити? Причин багато, але виділимо одну з них. Насамперед, це пояснюється недостатнім рівнем володіння вихователями економічними знаннями. Разом з тим, як і будь-яка інша галузь знань, економічна потребує спеціальної підготовки вихователів для правильної інтерпретації економічних категорій.

Завдання вихователя – не тільки дати певний обсяг економічних знань, а й навчити правильно користуватися ними в життєвих ситуаціях.

Однією з перешкод для введення економіки в дошкільних закладах є те, що її вивчення не є обов'язковим. Тільки у комплексній додатковій освітній програмі «Дитина в дошкільні роки» є розділ "Економічна освіта", де нами виокремлені показники компетенції дитини старшого дошкільного віку в галузі економіки.

В результаті аналізу психолого-педагогічних досліджень, тривалої дослідницької роботи ми дійшли певних висновків щодо завдань, змісту та послідовності етапів здійснення споживацької освіти. Її метою є підведення дітей до розуміння понять «споживач» та «споживання», а також того, що всі люди є споживачами.

Вважаємо, що вже у старшому дошкільному віці доречно сформулювати такі знання та уявлення: про товари та послуги;

- про людей, які виробляють товари та надають послуги;
- про те, яким повинен бути товар (якісний, корисний, безпечний, відповідної ціни);
- про необхідність вдумливо підходити до вибору потрібних товарів (промислових і продовольчих);
- про правила безпечного та бережливого користування речами;
- про необхідність послуг в житті кожної людини та види послуг, якими користується сім'я та дитячий садок;
- про гроші;
- про рекламу.
- про правила раціонального харчування та культуру поведінки.

З метою отримання реальних даних щодо розуміння вихователями певних понять, пов'язаних зі споживацькими знаннями, а також для уточнення їх розуміння опитуваними, нами була розроблена анкета, яка охоплювала наступні питання:

1. Хто такий споживач ?

Пропонувалось вибрати правильну відповідь та підкреслити її:

***Споживач це...***

а) юридична особа, що купує, замовляє, використовує або має намір придбати або замовити продукцію;

б) громадянин, що має намір придбати товар для власних потреб;

в) фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

2. Назвіть заклади і установи, що реалізують товари.

3. Чим товари відрізняються від послуг?

4. Назвіть заклади і установи, що надають послуги.

5. На яку інформацію на етикетці треба звертати увагу?

6. Як ви можете пояснити термін «розумні потреби»?

В опитуванні брало участь 250 вихователів дошкільних навчальних закладів.

На питання, хто такий споживач, більшість респондентів - 80 % відповіли, це «Фізична особа, яка купує, замовляє, використовує, або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб».

На питання «Чим товари відрізняються від послуг» 90% опитуваних відповіли, перш за все, що таке товар. Усі підтвердили, що товар – це продукт праці, який виготовляється для обміну і реалізується шляхом купівлі – продажу. Чітко пояснити, чим товар відрізняється від послуги, змогли лише 20% опитуваних. Останні 80 % намагалися дати відповідь співставляючи товари та послуги. Наприклад, були наступні відповіді: «Послуга – це те, що допомагає людям жити», «Послуга надається», «Послугу не можна повернути». Можна зробити висновок, що чіткої уяви про послуги у більшості опитуваних немає.

Наступними були запитання: «Назвіть заклади і установи, що реалізують товари», «Назвіть заклади і установи, що надають послуги».

Майже усі в своїх відповідях серед закладів, що продають товари назвали: магазини, кіоски, ринки, супермаркети. Близько 30% опитуваних додали сюди інтернет. Серед закладів, що надають послуги, 90% назвали дошкільні навчальні заклади, перукарні, лікарні, 80% додали - школи, кафе, пральні. Транспортні послуги і телефонний зв'язок відмітили 32%, і лише 20% опитуваних вказали, що на задоволення потреб працюють заклади культури, мистецтва, юридичні та страхові установи. Така ситуація пов'язана, на нашу думку, з особливостями професійної діяльності, адже усі опитувані працюють вихователями дошкільних навчальних закладів. Рівень їх матеріального добробуту в сучасних умовах залишається низьким, тому ніхто з вихователів не згадав, наприклад, про потребу у відпочинку і туристичні послуги. Подальший розвиток сфери послуг в умовах ринкової економіки потребує розширення знань населення в цьому напрямку. Наприклад, знання про споживчі послуги. дають можливість більш активного їх використання в житті.

Найдоступнішим джерелом інформації про товар є сам товар і насамперед етикетка. На питання: «На яку інформацію на етикетці треба звертати увагу» 100% опитуваних назвали дату виготовлення та термін придатності (певно мали на увазі продукти харчування та ліки), 70 % звертають увагу на країну, яка виготовляє цей товар, 50% респондентів - на склад продукції. Штрих – коди більша кількість опитуваних не можуть читати. Тут ми бачимо недоліки нашої системи освіти взагалі і споживчої конкретно. Умовні позначення на упаковці товарів, знаки екологічного маркування - усі ці питання потрібно вивчати в процесі споживчої освіти.

Однією з задач економічної освіти в ДНЗ є формування розумних потреб людини, тому ми запитали вихователів " Як ви можете пояснити термін " розумні потреби"? Наводимо приклади відповідей: " це потреби за можливостями", "можна багато хотіти, та не мати грошей", "вміти раціонально розподіляти кошти", "це те, що можна дозволити собі, відносно матеріального стану". Такі відповіді свідчать про недостатнє розуміння вихователями цієї категорії.

Як показує аналіз анкет, вихователі розуміють значення економічної науки як в життя дорослої людини, так і дітей. Але як конкретно реалізувати на практиці економічну освіту в дошкільному закладі, які категорії треба вивчати, вони не зовсім чітко собі уявляють.

Таким чином, наші дослідження свідчать про необхідність підвищення економічної компетентності вихователя дошкільного навчального закладу та батьків, що є необхідною умовою формування основ споживчих знань дітей старшого дошкільного віку.