

# **ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**



**МИТРО  
1691 МЕНЕДЖМЕНТ  
ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ  
КОЛЧЕВА ДАРЬЯ  
2016 ГОД**

# КТО ЖЕ ТАКОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ?

**ПОТРЕБИТЕЛЬ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ ПЫТАЕТСЯ РАСПОРЯДИТЬСЯ СВОИМ ДЕНЕЖНЫМ ДОХОДОМ ТАК, ЧТОБЫ ИЗВЛЕЧЬ ИЗ НЕГО НАИБОЛЬШУЮ ПОЛЬЗУ, ТО ЕСТЬ КУПИТЬ ЗА СВОИ ДЕНЬГИ "КАК МОЖНО БОЛЬШЕ". ВО ВСЕХ СВОИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЯХ ЛЮДИ СТАРАЮТСЯ ПОСТУПАТЬ ПО ПРИНЦИПУ ЭКОНОМИИ. ПРИ ЭТОМ ВЕСЬМА ВАЖНЫМИ ФАКТОРАМИ ЯВЛЯЮТСЯ ЦЕНА НА ТОВАР (ПРОДУКТ) И ОБЪЕМ РЕАЛИЗУЕМОГО ТОВАРА. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ И ДОХОДОВ ПОТРЕБИТЕЛЯ ВОЗДЕЙСТВУЮТ НА БЮДЖЕТНУЮ ЛИНИЮ, А ТЕМ САМЫМ И НА ОПТИМАЛЬНЫЙ ВЫБОР. ПОТРЕБИТЕЛЬ НАХОДИТСЯ В РАВНОВЕСИИ ПРИ ПОКУПКЕ НАБОРА ТОВАРОВ, КОТОРЫЙ ПРИНОСИТ ЕМУ МАКСИМАЛЬНУЮ СУММАРНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ ПРИ ЗАДАННОМ БЮДЖЕТНОМ ОГРАНИЧЕНИИ. У МНОГИХ ЛЮДЕЙ НАЛИЧНЫЙ БЮДЖЕТ НЕ ВСЕГДА ДОСТАТОЧЕН ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ УДОВЛЕТВОРИТЬ ВСЕ СВОИ ЖЕЛАНИЯ. ПОЭТОМУ ПОТРЕБИТЕЛЬ ВЫНУЖДЕН ИСКАТЬ ВЫХОД ИЗ ТАКОЙ СИТУАЦИИ. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ОН ОБРАЩАЕТ ВНИМАНИЕ НА ЦЕНЫ. С ИЗМЕНЕНИЕМ ЦЕНЫ ТОВАРА ОЖИДАЮТСЯ ЭФФЕКТЫ ДВУХ ВИДОВ: ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ И ЭФФЕКТ ДОХОДА.**



# **РАЗЛИЧАЮТ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ (ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЕ) И НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЕ, ИЛИ "СОБСТВЕННО ПОТРЕБЛЕНИЕ".**

**ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ЕСТЬ ПРОЦЕСС ПРОИЗВОДСТВА, КОГДА ПОТРЕБЛЯЮТСЯ СРЕДСТВА ПРОИЗВОДСТВА (ОРУДИЯ ТРУДА, СЫРЬЕ, МАТЕРИАЛЫ И Т.Д.), А ТАКЖЕ РАБОЧАЯ СИЛА ЧЕЛОВЕКА, ТО ЕСТЬ РАСХОДУЕТСЯ ЕГО ФИЗИЧЕСКАЯ И ДУХОВНАЯ ЭНЕРГИЯ. НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОИСХОДИТ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ПРОИЗВОДСТВА. В ПРОЦЕССЕ ЕГО ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ИЛИ ОКОНЧАТЕЛЬНО ПОТРЕБЛЯЮТСЯ ПРЕДМЕТЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ. В ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОМ ПОТРЕБЛЕНИИ ПРОДУКТЫ СОЗДАЮТСЯ, В НЕПРОИЗВОДСТВЕННОМ ОНИ РАСХОДУЮТСЯ. НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДЕЛИТСЯ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ ДЛЯ ЛИЦ (НАСЕЛЕНИЯ) И ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОТОРОГО УДОВЛЕТВОРЯЮТСЯ ОБЩИЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ.**

**К ОБЩИМ ОБЩЕСТВЕННЫМ ПОТРЕБНОСТЯМ ОТНОСЯТСЯ ПОТРЕБНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ, НАУКЕ, ОБОРОНЕ.**

**В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА ПОТРЕБЛЯЕМЫХ БЛАГ ПОТРЕБНОСТИ СКЛАДЫВАЮТСЯ ИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ, ИМЕЮЩИХ ВЕЩЕВУЮ ФОРМУ И ПОТРЕБНОСТИ УСЛУГ. ПО ФОРМЕ (СПОСОБУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ) ОНО МОЖЕТ БЫТЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫМ И КОЛЛЕКТИВНЫМ (ИЛИ СОВМЕСТНЫМ).**

**К ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ОТНОСИТСЯ ПОТРЕБЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ, НАХОДЯЩИХСЯ В ЛИЧНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ СЕМЕЙ ИЛИ ИНДИВИДОВ. СЮДА ВКЛЮЧАЮТСЯ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, ОДЕЖДЫ, ОБУВИ, МЕБЕЛИ, ПРЕДМЕТОВ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ, ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЖИЛИЩ.**

**КОЛЛЕКТИВНОЕ (ИЛИ СОВМЕСТНОЕ) ПОТРЕБЛЕНИЕ ИМЕЕТ МЕСТО ТОГДА, КОГДА ГРУППА ЛЮДЕЙ СОВМЕСТНО ПОЛЬЗУЕТСЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ БЛАГАМИ ИЛИ УСЛУГАМИ ОБЩЕСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.**



# ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- **ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ – ЭТО ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА ПОКУПАТЕЛЕЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ВЫБОР БЛАГ С УЧЕТОМ СУЩЕСТВУЮЩИХ ЦЕН.**
- **ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ ЗАВИСИТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ОТ ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВКУСОВ, ПРИВЫЧЕК, ТРАДИЦИЙ, Т. Е. ОТ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ, КОТОРЫЕ ОСНОВАНЫ НА ПРИЗНАНИИ ПРЕИМУЩЕСТВ ОДНИХ БЛАГ ПЕРЕД ДРУГИМИ. ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО ЕГО ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ, НО И ЦЕНОЙ ВЫБИРАЕМЫХ ПРОДУКТОВ, А ТАКЖЕ ЕГО ОГРАНИЧЕННЫМИ ДОХОДАМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ. ПРАКТИЧЕСКАЯ НЕОГРАНИЧЕННОСТЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ОГРАНИЧЕННОСТЬ ЕГО РЕСУРСОВ ПРИВОДЯТ К НЕОБХОДИМОСТИ ВЫБОРА ОПРЕДЕЛЕННЫХ ВИДОВ БЛАГ.**

**В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ВЫДЕЛЯЮТ СОВОКУПНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ 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.**

**ТАКИМ ОБРАЗОМ, 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.**

**ИЗМЕНЕНИЯ СОВОКУПНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ И ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ ПРОИСХОДЯТ В СООТВЕТСТВИИ С ОПРЕДЕЛЕННЫМИ ЗАКОНОМЕРНОСТЯМИ. В ЧАСТНОСТИ, СОВОКУПНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ ВОЗРАСТАЕТ ПО МЕРЕ УВЕЛИЧЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ПРИОБРЕТАЕМЫХ ТОВАРОВ, А ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ, НАОБОРОТ, УБЫВАЕТ. ЭТО ОБЪЯСНЯЕТСЯ ЗАКОНОМ УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ.**

**В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ С УВЕЛИЧЕНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ПОТРЕБЛЯЕМОГО БЛАГА ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ БЛАГА УМЕНЬШАЕТСЯ, Т. Е., ПОТРЕБЛЯЯ РАЗНЫЕ КОЛИЧЕСТВА ОДНОГО И ТОГО ЖЕ БЛАГА, ПЕРВЫЙ ПРИОБРЕТЕННЫЙ ПРОДУКТ ПРИНОСИТ ЧЕЛОВЕКУ НАИБОЛЬШЕЕ УДОВЛЕТВОРЕНИЕ, ВТОРОЙ – МЕНЬШЕЕ, А ТРЕТИЙ ЕЩЕ МЕНЬШЕ.**

**ЭТИМ ЗАКОНОМ РУКОВОДСТВУЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЬ, ВЫБИРАЯ ТАКОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ НАБОР, КОТОРЫЙ ПРИНОСИТ ЕМУ НАИБОЛЬШУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ ПРИ ДАННОЙ ЦЕНЕ БЛАГА И ПРИ ДАННОМ ЕГО ДОХОДЕ.**



# СОВОКУПНАЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ



# **ОСНОВНЫМИ ПРИНЦИПАМИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА ЯВЛЯЮТСЯ:**

- **ВЫБИРАЯ БЛАГА, ПОТРЕБИТЕЛЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ РУКОВОДСТВУЕТСЯ СВОИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ К ТОМУ ИЛИ ДРУГОМУ ТОВАРУ;**

## **НИЖЕ СКРИПТ ЗАГЛУШКИ**

- **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.**

# **ОСОБОЕ МЕСТО ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ЦЕН НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНИЯ ОТВОДИТСЯ ИЗУЧЕНИЮ СЛЕДУЮЩИХ ФАКТОРОВ ЦЕНОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:**

- **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 ВЫГОДНОСТИ 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 “БЛАГОСКЛОННОЙ ЦЕНЕ” И “ДОСТОЙНОЙ ЦЕНЕ”:**
- **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:**

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- **МНОГОЧИСЛЕННЫЕ ПРИМЕРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПРОТИВОРЕЧАТ ПРОГНОЗАМ СТАНДАРТНОЙ МОДЕЛИ РАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА. ОЧЕВИДНО, ЧТО ЛЮДИ ЗАЧАСТУЮ НЕ ИГНОРИРУЮТ НЕВОЗВРАТНЫЕ ПОТЕРИ. ОНИ ВЕДУТ СЕБЯ ПО-РАЗНОМУ, КОГДА ТЕРЯЮТ БИЛЕТ И КОГДА ТЕРЯЮТ ЭКВИВАЛЕНТНОЕ КОЛИЧЕСТВО НАЛИЧНЫХ ДЕНЕГ. ПСИХОЛОГИ ДОКАЗЫВАЮТ, ЧТО ТАКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕЗУЛЬТАТОМ ОГРАНИЧЕНИЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. ЛЮДИ МЫСЛЕННО ОСУЩЕСТВЛЯЮТ РАСЧЕТЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПРИНЯТИЮ БОЛЕЕ ПРОСТЫХ РЕШЕНИЙ, И ДЕЛАЮТ ВЫБОР, ИНОГДА НЕ СОГЛАСУЕМЫЙ С АКСИОМАМИ МОДЕЛИ РАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА.**