

Рациональное поведение потребителя



10 класс

ЧЕЛОВЕК И ОТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОСТИ.



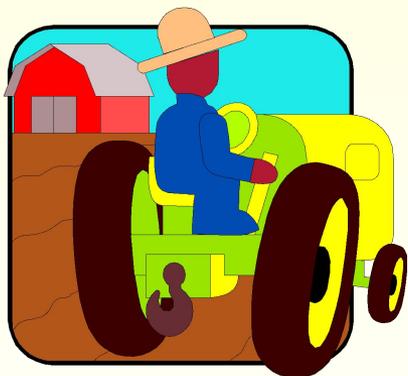
**Производитель
товаров**



**ЧЕЛОВЕК-
участник
экономических
отношений**



**Производитель
услуг**



Собственник



Потребитель

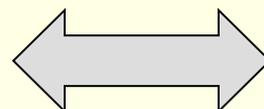


Продавец

Производители и потребители



Производители – это люди, фирмы, предприятия, т.е. все те, кто изготавливает и продает нам товары и предоставляет услуги.



Потребители – это люди, фирмы, предприятия, государство т.е. все те, кто приобретает и использует товары, заказывает работы и услуги.

Рациональное поведение – это продуманное поведение, предполагающее сопоставление результатов действий с затратами.

Рациональное поведение потребителя

Потребитель – рациональное существо.



**Цель потребителя –
извлечь
максимальную
полезность
от потребления
товаров и услуг.**

Количество потребляемого товара зависит:

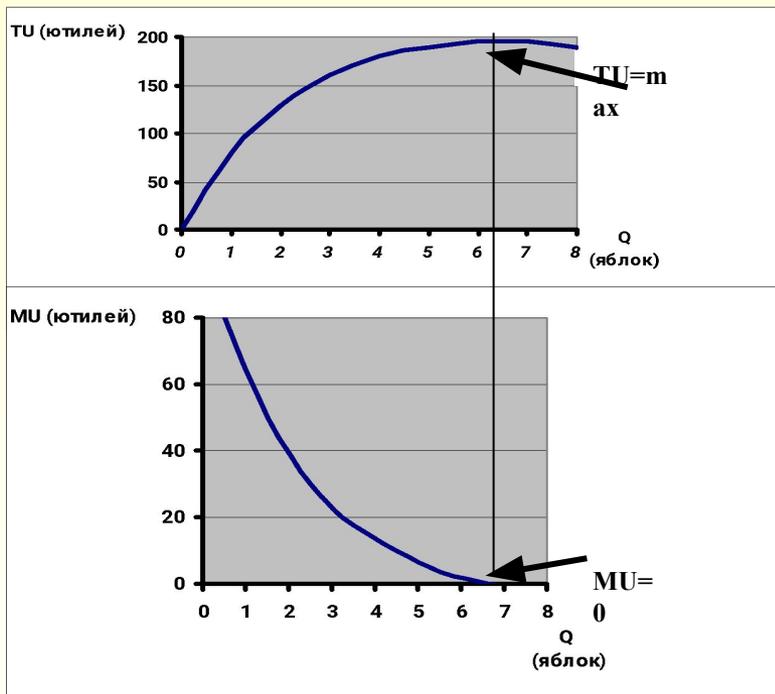


- от семейного бюджета;
- от цены;
- от ассортимента предлагаемых товаров и услуг;
- от потребностей человека;
- от качества товара



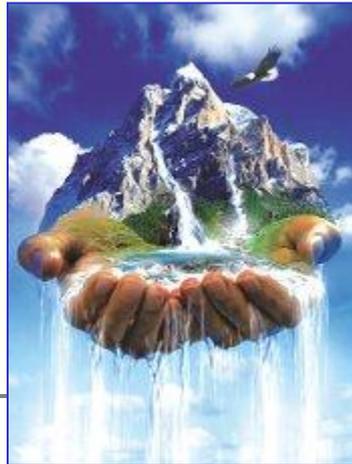
Общая полезность – это удовлетворение, которое человек получает от всех имеющихся у него благ определенного вида.

Предельная полезность – это полезность, которую он получает от добавления еще 1 единицы получаемых благ.



Закон убывающей предельной полезности гласит: «По мере увеличения количества потребляемого блага, полезность каждой дополнительной единицы будет падать»

Парадокс воды и бриллиантов



Проблемный вопрос:
Почему вода, без которой невозможна жизнь, стоит дешево (или ничего не стоит), а бриллианты, являющиеся далеко не самым насущным благом, стоят очень дорого? Опишите возможную ситуацию, когда предельная полезность воды выше, чем предельная полезность алмаза)

Мотивы покупательского поведения

Мотив – это нужда, ставшая настолько насущной, что вынуждает покупателя искать способы ее удовлетворения.

Задание:

1. Ознакомьтесь с факторами, формирующими покупательское поведение на потребительском рынке (социальными, культурными, экономическими, психологическими) (по гиперссылке) (Таблица 8.1)

<http://rudocs.exdat.com/docs/index-507709.html?page=57>

2. Выберите факторы, оказывающие преобладающее влияние на покупательское поведение молодёжи.



Классификация видов спроса по Х.Лейбенштайну

Х.Лейбенштайн выделяет 3 типичных взаимных влияния потребителей друг на друга:

1. Эффект присоединения к большинству;
2. Эффект сноба;
3. Эффект Веблена.

Задание:

1. Ознакомьтесь с характеристиками типов взаимного влияния по Лейбенштайну по гиперссылке.
2. Найдите в документе, что такое функциональный и нефункциональный, спекулятивный и нерациональный спрос. Приведите примеры такого спроса.

<http://www.milogiya2007.ru/micro9.htm>

Как сделать рациональную покупку?

1. Изучить рекламные объявления, ассортимент товара, где и по какой цене можно купить.
2. Выбрать специализированный магазин, где можно купить с максимальным гарантийным сроком.
3. Получить сведения о свойствах товара.
4. Покупать товар с бесплатной доставкой и (или) установкой.
5. Постгарантийное обслуживание.
6. Искать, где распродажи, скидки.



Источники дохода потребителя



Рациональное поведение производителя:

Цель производителя – получить как можно большую прибыль.



Задачи производителя:

- снизить затраты на производство;
- экономить ресурсы;
- более экономичная комбинация ресурсов;
- внедрение новой техники;
- решать проблемы, что, как и для кого производить.

Источники:

1. Учебник для учащихся 11 кл. общеобразовательных учреждений: базовый уровень /Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая, А.И. Матвеев и др.; Под ред. Л.Н. Боголюбова. – 3-е изд.- М.: Просвещение, 2008. – 349 с.
2. marketing.spb.ru/mr/social/cris...
3. <http://rudocs.exdat.com/docs/index-507709.html?page=57>
4. <http://www.milogiya2007.ru/micro9.htm>

