

Московский Институт Телевидения и Радиовещания «Останкино»

Тема 79. Познавательные ограничения и поведение потребителя

Направление: Лингвистика

Форма обучения: Очная

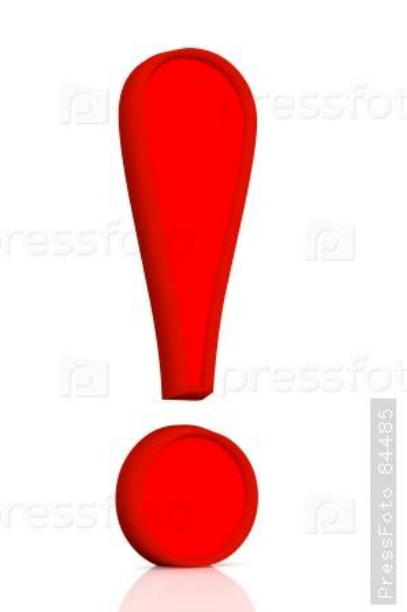
Группа: 1691лин2

Подготовила: Растворцева Наталия Александровна

2017

Познавательные ограничения и поведение потребителя-

- Зависимость потребности социальных субъектов (личности человека, социальных групп) и общества. Взаимосвязь между производством и потреблением материальных и духовных благ. Потребности и их влияние на внутреннюю готовность индивида к выполнению действий.



организма является потребностью в получении определенных средств для обеспечения его существования. Врожденными являются лишь витальные органические потребности в еде, питье и т.д. Названные биологические потребности обусловлены обменом веществ - необходимой предпосылкой существования. Но человек - социальное явление, он живет и развивается в социуме, т.е. в обществе и поэтому его потребности соотносятся с потребностями социальной среды, общества. Потребности социальных субъектов (личности человека, социальных групп) и общества в целом зависят от уровня развития данного общества, а также от специфических социальных условий их деятельности. Источником развития этих потребностей является взаимосвязь между производством и потреблением материальных и духовных благ. С развитием производственной среды общества развиваются и новые потребности.

Различают потребление производственное и непроизводственное.

Производительное(производственное) 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.

Исходным звеном в структуре любой деятельности является потребность или же осознанная необходимость. Потребности оказывают влияние на внутреннюю готовность индивида к выполнению действия, то есть на установку, определяющую динамические состояния личности в конкретный момент. Существенную роль играет здесь ситуация удовлетворения потребности. Субъективная сторона потребности проявляется в форме мотива и цели. Важнейшей особенностью потребностей является их динамический характер, изменчивость, развитие на базе удовлетворенных потребностей новых, более высоких. Потребности личности представляют собой своего рода пирамиду, в основе которой лежат витальные потребности, далее - социальные, затем потребность в самореализации, самоутверждении, т.е. творческие.

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.

Советы потребителям:

- 1. Предварительно планировать доходы и расходы
- 2. Не совершать необдуманные, спонтанные покупки
- 3. Интересоваться через витрины, объявления, другие виды рекламы нужной информацией о планируемых покупках
- 4. Использовать опыт и отзывы других потребителей
- 5. Сравнивать однотипные изделия разных производителей
- 6. Оценить выгоду при покупке на распродаже, оптовой торговле, сезонной распродаже и т.д.
- 7. Следует читать этикетки на товарах, надписи, так как в них содержится важная информация о составе, качестве, сроках годности товара.

Спасибо за внимание!