**Добрый день!**

**Тема нашего урока:** «Рациональный потребитель».

**Цели урока:** сформировать представление учащихся о рациональном потребителе.

**План урока:**

1. Потребитель
2. Влияние информации

**План действий:**

1. Прочитать теорию.
2. Выполнить задания

Фото готовой работы, выполненной в тетради отправить на электронную почту div\_irishka@mail.ru

**Теория**

**Потребитель** — это тот, кто приобретает и использует товары, заказывает работы и услуги для личных бытовых нужд, не связанных с извлечением прибыли (студенты записывают определение в тетради).

Каждый из нас является потребителем, желая каким-либо способом удовлетворять свои потребности.

Как вы думаете, кто является рациональным потребителем?

**Рациональный потребитель** – это тот потребитель, который извлекает максимальную полезность от потребления товаров и услуг.

Т.е. это тот, кто свои траты и возможности рассчитывает так, что бы на все хватило. Например, если есть 500 руб., а вам нужен билет в кино, сходить в кафе и купить новые джинсы, то делаете выбор более необходимого, отказываясь от того, что на данный момент нужно меньше всего.

В каждой экономической системе потребитель играет разную роль. Об этом мы сейчас и поговорим.

1)Традиционная экономика: потребитель играет незначительную роль, поскольку вопросы что, в каком количестве и как потреблять, определяют обычаи.

2)В командной экономике самыми важными потребителями выступают глава государства и его окружение. Как вы это понимаете?

Они имеют возможность удовлетворять свои желания, как хотят, в то время как простой народ получает лишь самое необходимое. Так в экономике СССР производство было направлено на тяжёлую промышленность, а не на потребительские товары, потому, что оно создавало огромную военную мощь, с которой были вынуждены считаться все страны мира. Это же удовлетворяло потребность советского руководства в престиже и власти. Потребителю же предлагался очень ограниченный ассортимент продукции в количестве, не удовлетворяющем его потребности.

3)Рыночная экономика: потребитель играет огромную роль, потому что всё, что в ней производится, должно быть кому-то продано. Деньги потребителей – единственный источник дохода производителей, поэтому именно выбор потребителя, в конечном счёте, определяет, что будет произведено и в каком количестве. Экономисты называют такую ситуацию суверенитетом потребителя, на которую влияют свобода выбора потребителя и информация. Свобода выбора существует только в условиях конкуренции производителей.

Информация помогает в выборе продукта. Каким образом?

Если потребитель хочет купить туалетное мыло или крем для бритья, он не станет нюхать и пробовать все сорта подряд. Скорее всего, он сделает свой выбор под влиянием красивой упаковки или запоминающейся рекламы. Если потребитель покупает автомобиль или телевизор, он, вероятно, наведёт справки у родных и

знакомых и посетит несколько специализированных магазинов. Информация даёт продавцам возможность управлять потребностями своих покупателей. Как вы думаете, каким образом это происходит?

Это достигается с помощью рекламы.

Хорошо проведённая рекламная кампания может создать моду на какой-либо товар. Тогда потребитель купит товар не потому, что он ему действительно нужен, а потому, что он есть у всех друзей или соседей.

Другие потребители, напротив, покупают товар для того, чтобы «выделиться из массы», подчеркнуть своё особое положение. Например, во всех странах мира большой популярностью пользуются автомобили марки «Мерседес». Их делают в ограниченном количестве и продают по очень высокой цене. Поэтому каждый, кто купил «Мерседес», имеет (со своей точки зрения) основания для того, чтобы смотреть на остальных сверху вниз. (Правда, качество этих автомобилей действительно высокое, но соображения престижа играют едва ли не более важную роль.) Это так называемое

«демонстративное потребление» впервые описал американский учёный Торстейн Веблен.

Чтобы выровнять соотношение сил (т. е. степень информированности) между продавцами и покупателями, во многих странах существует государственный контроль качества некоторых продуктов. Кроме того, действуют так называемые общества потребителей – независимые организации, которые исследуют реальные потребительские свойства различных видов товаров и публикуют результаты исследований в специальных газетах и журналах, а также помогают потребителям судиться с недобросовестными продавцами. В России тоже существуют общества потребителей, а каждая уважающая себя газета и телевизионный канал имеют специальную рубрику, посвящённую экспертизе потребительских товаров и ответам на вопросы потребителей. Может вы знаете такие телепередач? («Контрольная закупка» на «Первом канале», «Ревизорро» на «Пятинце»).

**Задания**

1 Приведете какие-нибудь примеры, когда реклама влияет на моду?

2 Рационально ли вы тратите свои денежные средства? В чем это проявляется?

3 Составьте список желаний, запишите их в две колонки. В первую колонку запишите необходимые вещи, во вторую – то без чего можно обойтись.

4 Нарисуйте рекламу одного из товаров первой необходимости.

**Домашнее задание**

Составить рекомендации для рационального потребителя.

**Литература:** И.В. Липсиц «Экономика»