

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Шитиков Н.Д., студент

Научный руководитель – Сергиевич Т.В., к.э.н., доцент,
доцент каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Потребитель стремится получить максимальную общую полезность от потребления благ, необходимых для удовлетворения его потребностей. Потребитель совершает свой выбор на рынке, исходя из собственных предпочтений, величины дохода и уровня цен. В современной экономической теории считается, что индивид совершает свой выбор как рационал. Под рациональным потребителем подразумевается стремление индивида к получению максимальной полезности при минимальных затратах.

С точки зрения поведенческой экономики рассматривается и описывается поведение, которое не попадает под определение рационального. Даже простой поход в магазин может вызвать проблему выбора потребителя. Описывая данную проблему в поведенческой экономике, Р. Талер применяет модель «планировщик/деятель». В данной модели рассматривается планировщик как субъект, следующий своим долгосрочным целям, а деятель – субъект, следующий краткосрочным целям. Первый рассматривает перспективу максимизации общей полезности, в то время как второй нацелен на текущую полезность от потребления блага.

Индивид вследствие ограниченности своих когнитивных способностей допускает иррациональные решения, поддаваясь эмоциям и настроению. Фирмы используют знание основ поведенческой экономики с целью привлечь потребителя.