**ОСНОВЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ОСНОВЫ БЛАГОСОСТОЯНИЯ**

Домохозяйство в экономике выступает прежде всего потребителем, который предъявляет спрос на товары и услуги. Тем самым преобладающей моделью поведения человек за пределами своего домохозяйства считается достижение максимальной полезности от потребления товаров и услуг. Предполагается, что потребитель ведет себя рационально. Такой потребитель всегда принимает решения, ведущие к получению максимально возможного эффекта от потребления и никогда не примет решения, которое может привести к сокращению полезности от потребления.

Поведение потребителя впервые было проанализировано швейцарским экономистом В. Парето (1848-1923) и обобщено английским экономистом Дж. Хиксом (1904-1989).

**Рациональный потребитель** – это потребитель, всегда максимизирующий полезность потребления.

Перед рациональным потребителем стоит проблема выбора. Он может выбирать из бесконечного множества товаров и услуг, которые продаются на рынке, но рациональному потребителю нужны далеко не все товары и услуг, а только какой-то ограниченный их набор – самый распространенный набор – продовольствие и одежда.

**Аксиомы рационального потребления:**

1. Рациональный потребитель в состоянии ранжировать (сравнивать) наборы товаров по степени их предпочтительности.
2. Рациональный потребитель оценивает каждый набор товаров с точки зрения полезности для него каждого из входящих в набор товаров.
3. Предпочтения рационального потребителя характеризуются свойством транзитивности. Например: Если выбирая из трех наборов, первый набор кажется ему предпочтительнее второго, а второй набор, предпочтительнее третьего, то первый набор точно будет предпочтительнее третьего.
4. Рациональный потребитель всегда предпочитает больше любого товара, чем меньше. Например: Если в первом наборе 3 кг. продовольствия и 2 единицы одежды, а во втором наборе 3 кг. продовольствия и 3 единицы одежды, то он выберет второй набор.
5. Рациональный потребитель обычно легче жертвует потреблением того товара, которого у него больше. Например: пусть в наборе 10 кг. продовольствия и 1 ед. одежды, то потребитель возможно пожертвует 3 кг. продовольствия, чтобы получить 2-ю единицу одежды.

И конечно же не надо забывать, что предпочтения потребителя зависят от его дохода и цен на товары и услуги, его вкусов, моды и пр.

**Теория потребительского поведения.** Каждый потребитель вынужден решать для себя три вопроса:

* 1. Что купить? Чтобы ответить на это вопрос необходимо выяснить для себя полезность блага.
  2. Сколько стоит? Чтобы ответить на это вопрос необходимо исследовать цену.
  3. Хватит ли денег на покупку? Чтобы ответить на это вопрос необходимо определить доход потребителя.

Эти три проблемы – полезность, цена, доход – составляют содержание **теории потребителя.**

**Уровень жизни** – это характеристика благополучия и бедности людей в системе рыночных отношений, характеризуемая обеспеченностью населения необходимыми для жизни товарами и услугами, степенью удовлетворения потребностей людей.

В мировой практике используется агрегированный показатель уровня жизни – ИЧР – **индекс человеческого развития**, который включает в себя:

* доход на душу населения;
* уровень образования;
* продолжительность жизни.

Для характеристики реального уровня жизни используется показатель **потребительская корзина** – это набор товаров и услуг, необходимых для удовлетворения первоочередных потребностей человека, выраженный в реальных ценах. Она является основой для расчета минимального потребительского бюджета.

В России потребительская корзина **включает:**

1. 11 групп продовольственных товаров;
2. 10 групп непродовольственных товаров;
3. 7 видов услуг.

В мировой практике показателем уровня жизни являются ВВП на душу населения.

**Валовой внутренний продукт** – совокупная рыночная стоимость всех товаров и услуг, произведенных на территории страны, независимо от того, кому принадлежат фирмы, произведшие эти товары и услуги.

Конечной целью экономического развития является рост благосостояния человека и общества в целом.

**Благосостояние** – это степень удовлетворения материальных потребностей человека, его качество жизни.

Литература:

1. Киреев А. «Экономика 10-11 класс». Москва, Вита-пресс», 2012 г. стр. 64-66, 88-92
2. Слагода В.Г. «Экономика». Москва, Форум, 2013 г. стр. 134-138