

Mövzu 13. İstehlakçı davranışı nəzəriyyəsi.

P l a n

1. İstehlakçı davranışı və şəxsi gəlir.
2. İstehlakçı davranışı qaydaları. Tarazlıq şərtləri və əvəzetmənin son norması.
3. İstehlak tarazlığı, əvəzetmənin və gəlirlərin faydalılığı.

1. İstehlakçı davranışı və şəxsi gəlir.

Hər bir firma yeni əmtəə istehsal etdikdə və onun keyfiyyəti əvvəllərdə istehsal olunan əmtəənin keyfiyyətindən yüksək olduqda qarşıya çıxan ən mürəkkəb məsələ yeni əmtəəyə qiymət qoyulmasıdır. Firma bunun üçün istehlakçı seçiminin asılı olduğu amilləri, yəni qiymətlərin və istehlakçıların gəlirlərinin dəyişməsinə təhlil etməlidir.

İstehlakçı seçiminin başlıca amillərindən biri də əmtəələrin faydalılığıdır. **Faydalılıq xalis fərdi anlayışdır.** Ona görə ki, kimin üçünsə faydalı olan hər hansı bir şey, başqası üçün faydalı olmaya bilər. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, məhsul istehlakçı üçün faydalı olduğu hallarda, onu həmin əmtəəni satın almaqdan çəkindirən məhdudlaşdırıcılar da mövcuddur. Bunlar əmtəələrin qiymətləri və əhalinin pul gəlirləridir. Məsələn, ət, demək olar ki, hamı üçün qidalı və faydalı məhsuldur. Amma onun qiyməti baha, əhalinin pul gəlirləri isə məhdud olduqda çox adamın tələb olunan qədər ət satın almağa imkanı olmur. Belə bir məsələni də qeyd etmək lazımdır ki, istehlak olunan məhsulların miqdarı artdıqca onların son faydalılığı azalır.

Son faydalılıq dedikdə, məhsulun hər sonrakı vahidindən istifadə olunarkən əldə edilən fayda nəzərdə tutulur. Məsələn, havalar çox isti olduqda qazlı sərin suyun birinci stəkanı çox faydalılığa, ikinci ondan bir qədər az, üçüncü ikincidən az faydalılığa malik olacaq, beşinci stəkanın isə demək olar ki, faydası olmayacaqdır. Buradan aydın olur ki, faydalılıq istehlakın kəmiyyəti ilə tərsmütə-nasibdir.

İstehlakçılar qiymətləri bahalanan əmtəələri satın almaqdan imtina etməklə, qiymətləri aşağı düşmüş əmtəələrdən satın almağa üstünlük verirlər. Məsələn, məlum olduğu kimi, ətəin müxtəlif növləri – qoyun,

toyuq, mal və i. a. – bir-birilərini əvəz edən məhsullardır. Aydın məsələdir ki, bunlardan birinin, tutaq ki, toyuq ətinin qiymətinin aşağı düşməsi onun müştərilərinin artmasına səbəb olur. **Və bununla da alıcılar toyuq ətinin qiymətinin aşağı düşməsindən müəyyən məbləğdə «qazanırlar» ki, buna da əvəzetmənin faydası deyilir.**

Normal əmtəələrin qiymətləri aşağı düşdükdə gəlirin və əvəzetmənin təsiri ilə bu və ya digər əmtəəyə olan tələb artır, qiymətlər bahalandıqda isə, əksinə, tələb azalır.

Aşağı əmtəələr üçün şəraitə gəldikdə isə burada vəziyyət bu səmərənin hər birinin istehlakçı seçiminə təsir dərəcəsindən asılı olur. Əvəzetmənin səmərəsi gəlirin səmərəsindən üstün olduqda aşağı əmtəələrə olan tələb də normal əmtəələrə olan tələb kimi olur. Məsələn, kərə yağın qiymətinin bahalanması alıcıları qiyməti ucuz olan marqarin yağından daha çox almağa məcbur edir. Gəlirin səmərəsi əvəzetmənin səmərəsindən çox olduqda isə əks mənzərə müşahidə olunur: qiymətlər bahalandıqda «aşağı» əmtəələrin istehlakı artır. Buradan aydın olur ki, əhalinin həyat səviyyəsinin aşağı düşməsi «aşağı» əmtəələrin daha çox istehlak edilməsinə səbəb olur.

Firmalar istehlakçı seçimi nəzəriyyəsiindən yeni məhsul növlərinin yaradılması və əvvəllərdə istehsal olunan əmtəələrin təkmilləşdirilməsi üçün istifadə edirlər. Buraxılan məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması haqqında qərar qəbul olunarkən yalnız əlavə xərclər deyil, həm də istehlakçıların nəyə üstünlük vermələri, bir növ onların rəyi nəzərə alınır.

Istehlakçıların üstünlük verdikləri əmtəələri istehlakçı qrupları (gənclər, uşaqlar, kişilər, qadınlar, pensiyaçılar), əmtəə çeşidləri (qış və yay paltarları, sənaye və ərzaq məhsulları, maddi və qeyri-maddi xidmətlər və i.a.) üzrə qruplaşdırmaq olar. Istehlakçıların nəyə üstünlük vermələri əslində əhalinin bütün təbəqələri tərəfindən qısa zaman kəsiyində (məsələn, həftə, ay, rüb, il) satın alınan və müxtəlif məhsullardan ibarət olan «əmtəə dəstləri» (komplektləri) üzrə hazırlanmış variantlara görə qruplaşdırılır.

Istehlakçı davranışı nəzəriyyəsiində hər şeydən əvvəl istehlakçının alıcılıq qabiliyyətini müəyyən edən ehtiyatların məhdudluğu və pul gəlirlərinin onlara verdiyi imkan nəzərdən keçirilir. Daha konkret desək, söhbət hər bir istehlakçının pul gəlirləri və xərclərindən ibarət olan şəxsi büdcəsindən gedir.

Hər bir konkret zaman kəsiyində isə istehlakçının şəxsi gəlirləri müəyyən məbləğdə pul vəsaitindən ibarətdir. Bu, mühəndislərin,

müəllimlərin, həkimlərin, iqtisadçıların, mühasiblərin həftəlik, aylıq, illik əmək haqqından, tələbələrin təqaüdündən, pensiyaçılara verilən pensiyalardan, biznesmenin sahibkarlıq fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlirdən ibarət ola bilər. Bunlardan hər biri müəyyən məqamda həmin şəxslərin alıcılıq qabiliyyətlərini göstərir. Bu gəlirlər kəmiyyətcə bir-birindən fərqləndiklərinə görə onların alıcılıq qabiliyyətləri də müxtəlif olur. Ona görə də hər bir istehlakçı özünün sonsuz tələbatını ödəmək üçün öz gəliri ilə məhdudlaşmaq, obrazlı ifadə ilə desək “ayağını yorğanına görə uzatmaq” məcburiyyətində qalır.

Məhdud məbləğdə pul gəliri cari və gələcək ehtiyaclar, gündəlik tələbat məhsulları və uzunmüddətli istifadə üçün nəzərdə tutulan az miqdarda bahalı, çox miqdarda ucuz əmtəələr arasında bölüşdürülə bilər. **Məhdud məbləğdə pul gəlirləri ilə istehlakın həyata keçirilməsinə sərf olunan xərcləri iqtisadi ədəbiyyatda büdcə məhdudiyyətləri adlandırırlar.** Hər bir adamın şəxsi büdcəsində olan dəyişən məbləğdə pula ala biləcəyi əmtəələrin və ya istehlak üçün nemətlərin miqdarı onun tələbatı və gəlirləri ilə müqayisədə məhduddur. Pul gəlirlərinə satın alınan əmtəələr, onlara olan tələbatla nisbətən məhdud xarakter daşıyır. Əmtəə istehsalı üçün lazım olan ehtiyatların miqdarının məhdud olması, onları, hətta əhalinin azgəlirli təbəqəsi üçün pulsuz etmək imkanını aradan qaldırır. Bu səbəbdən də hər bir əmtəənin pul ilə ifadə olunan qiyməti vardır. Pul gəlirləri kimi qiymətlər də satın alınan əmtəələrin çeşidini məhdudlaşdırır, insanları öz büdcələrini buna uyğunlaşdırmağa məcbur edir.

Pul gəlirlərinin dəyişməsinə uyğun olaraq istehlakçıların büdcə məhdudiyyətləri, əmtəələrə olan tələb və tədiyə qabiliyyətləri də dəyişir. **Başqa sözlə, digər şərtlər sabit qalmaqda, pul gəlirləri artdıqda istehlakçıların tədiyə qabiliyyətləri də yüksəlir.** Əmtəələrin pərakəndə satış qiymətləri aşağı düşdükdə də istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətləri artır. Istehlakçıların pul gəlirləri azaldıqda və əmtəələrin pərakəndə satış qiymətləri, habelə xidmətlərin tarifləri yüksəldikdə isə əmtəələrə olan tələb və alıcıların tədiyə qabiliyyəti azalır. Yaxud da qiymətlər sabit qalmaqda əhalinin pul gəlirləri azaldıqda onların alıcılıq qabiliyyəti aşağı düşür və deməli əmtəələrə olan tələb də azalır.

Istehlakçıların büdcə məhdudiyyətlərinin artıbazılması adamların rifahını müəyyən edən nominal və real gəlirlərin səviyyəsində dəyişiklik olduğunu göstərir. **Nominal gəlir** əmtəə və xidmətlərin cari qiymətlərindən asılı ol-mayaraq istehlakçıda olan müəyyən məbləğdə puldur. Aydın ki, nominal pul gəlirlərinə nisbətən qiymətlər bahalandıqda

istehlakçıların büdcə məhdudiyyətləri artdığına görə onların rifahı aşağı düşür.

Real gəlirlər dedikdə isə cari qiymətlər və əmtəələrin miqdarı nəzərə alınmaqla yaşayış vasitələri satın almaq üçün istehlakçının əlində olan pul məbləği nəzərdə tutulur.

Əhalinin real gəlirləri iki halda arta və rifahı yaxşılaşa bilər:

1) Əmtəələrin qiymətləri sabit qalmaqla, nominal gəlir artdıqda;

2) Nominal gəlirlər sabit qalmaqla qiymətlər aşağı düşdükdə.

Istehlakçılar bunu imkanları məhdudlaşdıqda və ya daha çox yaşayış vasitələri almağa imkanları olduqda hiss edirlər.

Bu, əksəriyyət hallarda, ayrı-ayrı əmtəələrin və ya əmtəə qruplarının qiymətləri qismən dəyişdikdə baş verir. Hətta, ayrı-ayrı əmtəələrin qiymətlərinin yüksəlməsi büdcə məhdudiyyətlərini gücləndirir, əhalinin satınalma imkanlarını və rifahının səviyyəsini aşağı salır. Əksinə, ayrı-ayrı əmtəələrin qiymətlərinin qismən aşağı düşməsi istehlakçıların şəxsi büdcələrindəki məhdudiyyətləri aradan qaldırır, onların özlərinin rifah halının yaxşılaşdırılması imkanlarını artırır. Şəxsi büdcənin məhdudluğu onu daim dəyişən qiymətlər şəraitində daha səmərəli bölüşdürməyə çalışan istehlakçını seçim qarşısında qoyur. Bu o deməkdir ki, istehlakçı bəzi əmtəələri satın almalı, bəzilərdən isə imtina etməlidir. O, şəxsi büdcəsində olan vəsaitin ödəyə biləcəyi imkanlara və satın alınan əmtəələrin faydalılığı haqqında fərdi təsəvvürlərə uyğun məhsullardan ibarət olan variantı seçməyə üstünlük verir. **Əmtəələrin faydalılığı isə onların istehlak üçün yararlı olmalarına deyilir və alıcı bunu həmişə ödədiyi pul ilə müqayisə edir.** Bu mənada pul, istehlakçının satın aldığı əmtəələrin faydalılığının miqdar ölçüsü kimi çıxış edir. Digər bir ölçü isə əmtəələrin qiymətləri ilə tələbatın ödənilməsi üçün zəruri olan nemətlərin miqdarı arasındakı qarşılıqlı əlaqədir.

Istehlakçı satın aldığı əmtəənin faydalılığının ödədiyi pula tam uyğun gəldiyinə əmin olduqda, elədiyi bazarlığın birinci vahidi ona daha çox fayda verir. Təbiidir ki, istehlakçı satın aldığı əmtəənin ikinci, üçüncü və sonrakı va-hidlərindən də fayda götürür. Və faydalılığın ümumi həcmi artdıqca istehlakçı həmin əmtəədən satın almaqda davam edir. Lakin sual olunur: o, bunu yalnız bir əmtəə satın alıb istehlak etməklə sonsuzluğa qədər davam etdirə bilərmi? Məsələn, tutaq ki, istehlakçının gündəlik çörək norması qiyməti 2 pul vahidinə (deyə ki, 10 qəpiyə) bərabər olan 0,5 kq-a bərabərdir. Qiymətlər və digər şərtlər sabit qalmaqla o, hər gün 0,5 kq çörək alır. Lakin çörəyin qiyməti aşağı düşsə və

bir pul vahidinə (deyə ki, 5 qəpiyə) bərabər olsa, istehlakçı satın aldığı çörəyin miqdarını artırıb bir kiloqrama çatdıra bilər. Qiymət bir qədər də – 0,5 pul vahidinə qədər aşağı düşdükdə, istehlakçının daha çox (məsələn, 1,5 kq) çörək almaq imkanı yaranır.

Buradan aydın olur ki, satın alınmış hər hansı bir əmtəənin son faydalılığı məsələsi kifayət qədər tez bir zamanda meydana çıxır. Lakin qətiyyətlə demək olar ki, satın alınan çörəyin hər sonrakı vahidinə sərf olunan xərcin faydalılığı azalmağa başlayır. Bu təkcə ərzaq məhsullarına deyil, bütün əmtəələrə aiddir. Çünki şəxsi istehlak üçün bir və ya iki, yaxud da üç vahid eyni adlı əmtəə (məsələn paltar, ayaqqabı, televizor, mənzil, avtomobil, kompüter və i. a.) almaq olar. Hər bir alıcı öz təcrübəsində bunu təsdiq edə bilər. Bunlar isə bir daha əmtəələrin son faydalılığının azalması qanununun fəaliyyət göstərdiyini əyani şəkildə nümayiş etdirir.

2. İstehlakçı davranışı qaydaları, tarazlıq şərtləri və əvəzetmənin son norması.

Istehlakçının şəxsi büdcəsi və əmtəələrin qiymətləri sabit qaldığı şəraitdə ayrı-ayrı məhsulların son faydalılığı aşağı düşərsə, o, özünün sağlam məntiqinə əsaslanaraq satın aldığı bütün əmtəələrin son ümumi faydalılıqlarını mümkün olan ən yüksək (son) həddə çatdırmağa çalışır. Bu isə satın alınan əmtəələrin qiymətlərindən asılıdır. Ona görə də istehlakın ümumi faydalılığına o zaman nail olunur ki, əmtəələrin son faydalılığı ilə sərf olunan pulun hər vahidi bir-birinə bərabər olsun. Əmtəələrdən hər hansı birinin son faydalılığı xərclənən pulun hər vahidinə nisbətən çox olduqda, istehlakçı həmin əmtəədən daha çox satın almağa, onların ümumi faydalılığını mümkün olan ən yüksək həddə çatdırmağa səy göstərir. İstehlakçı şəxsi büdcəsindəki vəsaiti xərclədikdə məhz bunları nəzərə alır. Lakin bu zaman alıcı xərclədiyi pulun müqabilində satın aldığı hər bir əmtəənin son faydalılığının orta kəmiyyətini müəyyən edə bilər.

İstehlakçı əldə etdiyi fayda ilə sərf etdiyi xərcləri tarazlaşdırmaq yolu ilə «bərabər xərcə görə bərabər son faydalılıq» göstəriciləri əsasında bərabərliyə nail olur.

Əvəzetmə istehlakçıya nəinki son (əlavə) səmərəni və son (əlavə) xərcləri müqayisə etməyə, həm də özünün şəxsi büdcəsində olan vəsaiti bazarlıq etdiyi əmtəələr arasında bərabər, imkanına uyğun gələn qaydada bölüşdürməyə səbəb olur.

Istehlakçını maraqlandıran ən mühüm məsələlərdən biri də əvəzetmənin son normasına nail olmaqdır. Əvəzetmənin son norması dedikdə istehlakçının hər hansı bir əmtədən əlavə vahidin satın alınması üçün imtina etdiyi başqa əmtəələrin maksimum miqdarını göstərən ölçü nəzərdə tutulur. Bir əmtəenin istehlakından əldə edilən faydalılığın artması başqa bir əmtəenin istehlakının azalmasına uyğun gəlməlidir. Bu, nəticə etibarilə şəxsi büdcədən sərf olunan vəsaitin hər vahidinə görə səmərənin eyni səviyyədə olmasını təmin edir. Istehlakçı xərclədiyi pulun səmərəliliyini, nəinki bir-birini qarşılıqlı surətdə əvəz edən əmtəələri satın almaqla, həm də onların qiymətlərinə xüsusi diqqət yetirməklə təmin etməyə çalışır. Başqa sözlə, bir-birini qarşılıqlı əvəz edən əmtəələr arasındakı proporsiyaları tarazlaşdırmağa məhz qiymətlər imkan verir. Bir əmtəenin başqa bir əmtəə ilə əvəz olunmasının son norması **qarşılıqlı** surətdə əvəz olunan əmtəələrin qiymətləri arasındakı nisbətə bərabər olmalıdır. Məsələn, istehlakçı maksimum fayda götürmək üçün «x» və «y» əmtəələrini bir-biri ilə əvəz etmək istəyirsə, onda o, əvəzetmənin aşağıdakı kimi ifadə olunan normasını əldə rəhbər tutmalıdır:

$$MRS_{x,y} = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

Burada **MRS_{x,y}**-əvəzetmənin son norması, **MU**- əmtəenin son faydalılığı, **P**- əmtəələrin qiymətlərini göstərir.

Buradan aydın olur ki, «x» əmtəəsindən əlavə vahidin satın alınmasına sərf olunan pul vəsaitinin hər vahidinə faydalılığı, «y» əmtəəsinin əlavə hər vahidinin satın alınmasına sərf olunan pul vəsaitinin faydalılığından yük-sək olduqda istehlakçı «x» əmtəəsindən, əksinə olduqda isə «y» əmtəəsindən daha çox satın almağa çalışır. Və deməli, alıcı əlində olan pul vəsaitini onun üçün daha çox fayda verən məhsullar arasında bölüşdürməklə əvəzetmənin son normasının təmin olunmasına şərait yaradır.

Aydındır ki, «x» əmtəəsinin son faydalılığı özünün qiymətindən deyək ki, 2 dəfə, «y» əmtəəsininki isə 3 dəfə yüksək olduqda, pul vəsaiti sərfinin bərabər son faydalılığı prinsipi pozulur. Bu, onunla əlaqədardır ki, «y» əmtəəsinin hər vahidinə sərf olunan əlavə pul vəsaiti, «x» əmtəəsinin hər vahidinə sərf olunan əlavə pul vəsaitinə nisbətən daha çox fayda gətirir. Buna görə də alıcı pul vəsaitinin bir hissəsini «x»

əmtəəsinin satın alınmasından «y» əmtəəsinin satın alınmasına «keçirir». Bu əmtəələrin faydalılıqları arasındakı fərq bir növ alıcının «ixtiraçılıq», «səmərləşdiricilik» qabiliyyətinin nəticəsi kimi meydana çıxır. Odur ki, alıcı bunları nəzərə almaqla bazarda «manevr edir».

Beləliklə, tarazlığın əsas şərti ayrı-ayrı əmtəələr üzrə sərf olunan pul vəsaitinin hər vahibinə görə son faydalılıqların tarazlaşmasıdır.

3. İstehlak tarazlığı, əvəzetmənin və gəlirlərin faydalılığı.

Hər hansı bir məhsula olan fərdi tələbin formalaşmasının əsasını istehlakçı davranışı təşkil edir. Bunu sübut etmək bir o qədər də çətin deyildir. Çünki qiymətlər sabit qalmaqla əhalinin real gəlirləri artdıqda, yaxud da real gəlirlər sabit qalmaqla qiymətlər aşağı düşdükdə budcə “xəttini sağa və ya yuxarı hərəkət etdirməklə” az, yaxud da çox miqdarda əmtəə almaq olar. Bu çevrilmələrin kəsişmə nöqtəsi istehlakın daha yüksək səviyyəsində müəyyən olmuş tarazlığa uyğun gəlir. Əhalinin real gəlirləri artdıqda budcə məhdudiyyəti və əmtəələrin istehlakındakı tarazlıq yenidən daha yüksək səviyyəyə qalxır, əksinə olduqda isə aşağı düşür. Bütün bunların təsiri ilə «gəlirlər – istehlak» və «qiymət – istehlak» xətləri formalaşır.

Real gəlirlərlə istehlak arasındakı asılılıq ilk dəfə XIX əsrdə ingilis iqtisadçısı D. Xiks tərəfindən əsaslandırılmış, sonra isə alman statistiki E. Engel bundan istifadə etməklə işçi ailələri büdcələrinin quruluşunu öyrənmiş, gəlirlərin yemək və paltar, mənzil və kommunal xidmətləri, habelə daha yüksək sayılan əmtəə və xidmətlər arasında bölüşdürülməsinin qanunauyğunluqlarını dəqiqləşdirmiş və ona müəyyən əlavələr etmişdir.

Beləliklə, istehlakçıların formalaşan tələbinin quruluşuna onların gəlirləri, həmçinin əmtəələrin və xidmətlərin qiymətlərinin ümumən, yaxud da qismən dəyişməsi təsir edir. Qiymətlərin aşağı düşməsinə isə alıcılar ikili reaksiya verirlər. Birincisi, alıcılar qiymətləri dəyişməmiş və nisbətən baha görünən əmtəələri satın almaqdan imtina edir və qiyməti ucuzlaşmış əmtəələrdən daha çox satın almağa meyl göstərirlər. Və bununla da satın alınan əmtəələrin quruluşunda müəyyən dəyişikliklər baş verir. Qiymətləri dəyişməz qalmış əmtəələrin, qiymətləri ucuzlaşmış əmtəələrlə əvəz olunması və bununla əlaqədar olaraq daha ucuz əmtəələrin satın alınmasının artması nəticəsində tələbin quruluşunda əmələ gələn dəyişikliklərə **əvəzetmənin faydalılığı deyilir**. Məsələn, tutaq ki, mal ətinin bir kiloqramının qiyməti 4 manata, toyuq ətininki 2 manata, is-

tehlakçının aylıq gəliri isə 120 manata bərabərdir. Deməli, istehlakçı həmin pula 30 kq mal əti və ya 60 kq toyuq əti satın ala bilər. Əgər istehlakçı bir ayda 30 kq mal əti istehlak edərsə 120 min manatın hamısını onun satın alınmasına sərf edəcəkdir. O, mal ətini toyuq əti ilə əvəz etdikdə isə bir ayda yenə də 30 kq, lakin indi toyuq əti istehlak etməklə, onun satın alınmasına 60 manat sərf edəcəkdir. Bu isə onun əlində 60 manat əlavə pul vəsaitinin qalması deməkdir. Deməli, o, bu puldan ya həmin əmtədən bir qədər çox, yaxud da hər hansı başqa əmtəələrdən satın almaq imkanı qazanmış olur. İkincisi, qiymətlərin aşağı düşməsi istehlakçıların real gəlirlərinin artması deməkdir. Bu, öz ifadəsini onların alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsində və deməli, tələbin artmasında tapır. Buradan da gəlirlərin səmərəliliyi meydana çıxır. **Gəlirlərin səmərəliliyi dedikdə** qiymətlərin aşağı düşməsi və bununla da real gəlirlərin artması nəticəsində istehlakçı tələbinin quruluşunda dəyişiklik baş verməsi nəzərdə tutulur. Qiymətlərin aşağı düşməsi istehlakçılara sərf etdikləri xərcləri azaltmağa və deməli, müəyyən qədər qənaət əldə etməyə imkan verir ki, bu da sonradan digər əmtəələrin satın alınmasına və məhsulətlərin etibarilə tələbin artmasına səbəb olur. Bu, birinci növbədə cari tələbat məhsullarına aiddir. Bunu aşağıdakı misalla izah edək. Tutaq ki, bazarda qoyun ətinin bir kiloqramının qiyməti 5 manata, istehlakçının aylıq gəliri isə 150 manata bərabərdir. Deməli, istehlakçı əlində olan bu qədər pula 30 kq qoyun əti satın ala bilər. İndi deyək ki, qoyun ətinin qiyməti ucuzlaşmış və 4 manata düşmüşdür. Buradan aydın olur ki, istehlakçı 30 kq qoyun əti satın almaq üçün 120 manat sərf edəcək və onun əlində 30 manat artıq pul vəsaiti qalacaqdır. **Bu gəlirlərin səmərəliliyini göstərir.**

Bütün bunlara əsasən demək olar ki, əvəzetmənin və gəlirlərin faydalılığı istehlakçı tələbinin və onun quruluşunun dəyişməsinə səbəb olsalar da, bunların təsiri eyni deyildir. Ona görə də nəinki nəzəriyyədə, həm də təcrübədə qiymətin əmələ gəlməsində bu faydalanmanın normal, yəni yüksək və aşağı keyfiyyətli (aşağı qiymətli) əmtəələrə təsirini fərqləndirmək lazımdır.