



ПОТРЕБИТЕЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ

Авторы: Э. Ф. Миженская

ПОТРЕБИТЕЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ, полезность продукта (в т. ч. услуги), её свойство удовлетворять какую-либо человеческую потребность. П. ц. определяется для двух осн. групп: 1) продукт, предназначенный для непосредственного удовлетворения нужд людей (продукты питания, одежда, обувь, книги и т. д.); 2) средства произ-ва, необходимые для произ-ва предметов потребления (орудия труда, машины, сырьё и т. д.). Специфика П. ц. услуг проявляется в неотделимости потребительского эффекта услуги от её произ-ва. Анализ П. ц. продуктов – объект изучения в товароведении.

Совокупность П. ц. конечных продуктов, произведённых в стране в течение календарного года, определяет вещественное содержание ВВП страны.