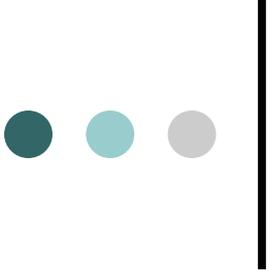




«Защита прав потребителей среди общественных организаций, объединений (приемных) по защите прав потребителей, осуществляющих деятельность на территории Ростовской области»



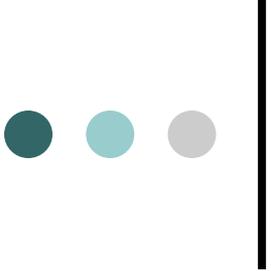
# Содержание:

1. Понятие рынка;
2. Функции рынка, его роль в системе экономических отношений.
3. Типы потребителей.
4. Потребительский рынок. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей.
5. Промышленный рынок, его особенности.

# Понятие рынка



*Рынок* - имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющий в своем составе торговые места.

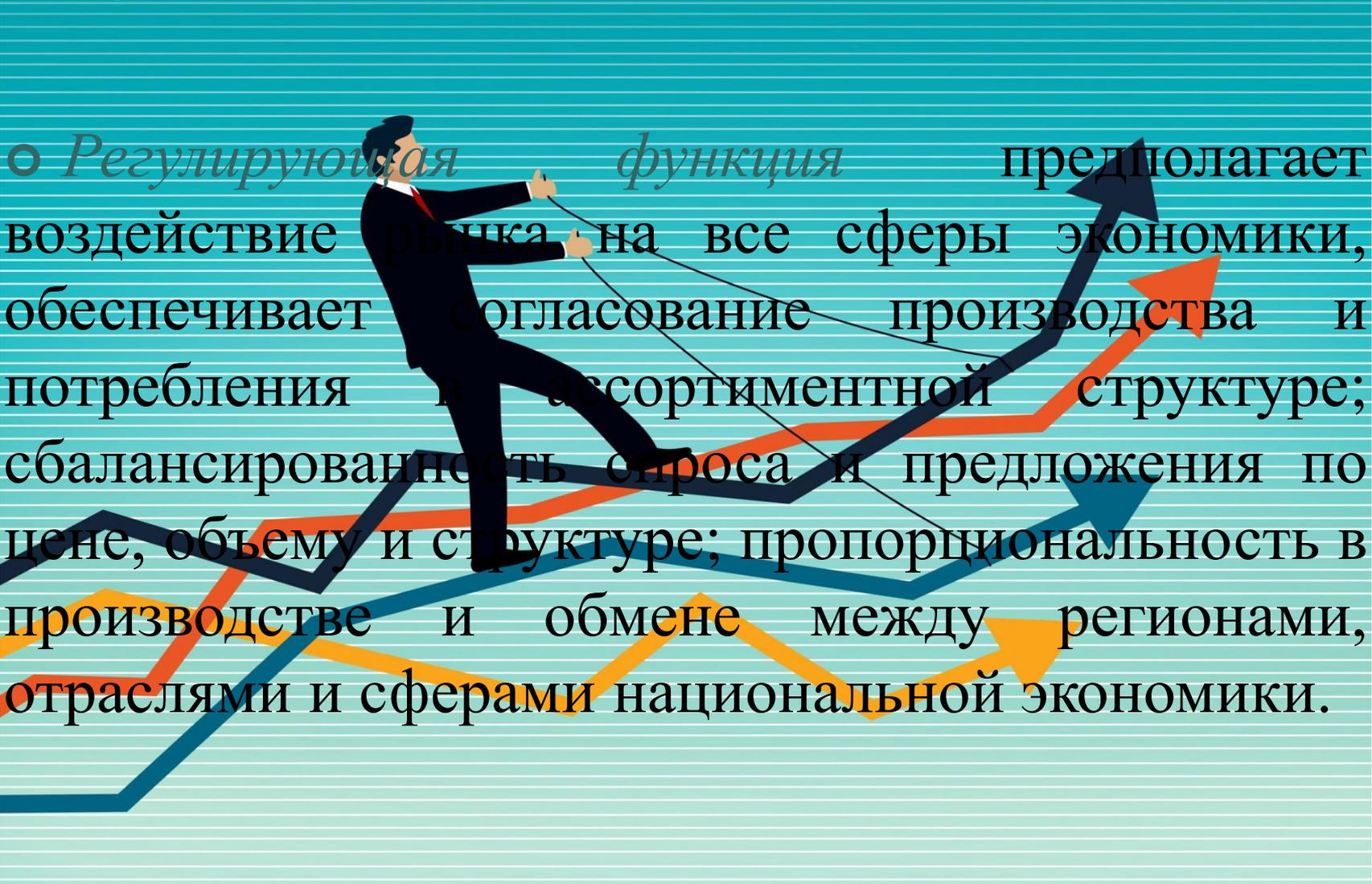


# Функции рынка

○ *Интегрирующая функция* состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-посредников, включение их в общий процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребители не смогут удовлетворять свои потребности.

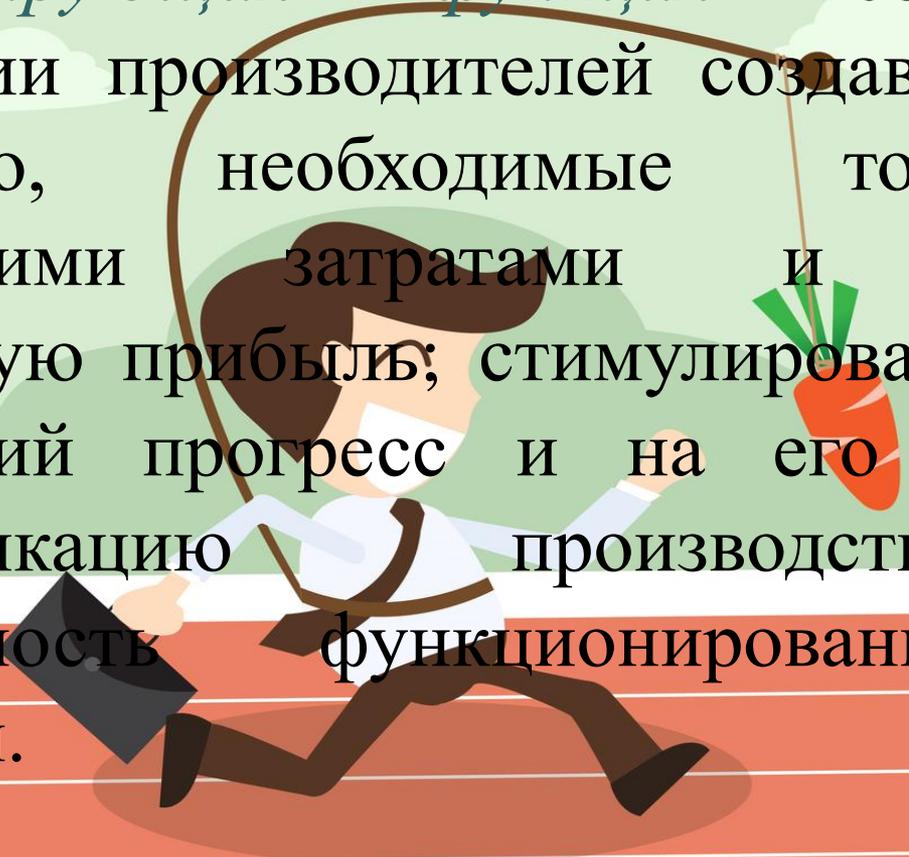
# Функции рынка

○ *Регулирующая функция* предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре; сбалансированность спроса и предложения по цене, объему и структуре; пропорциональность в производстве и обмене между регионами, отраслями и сферами национальной экономики.



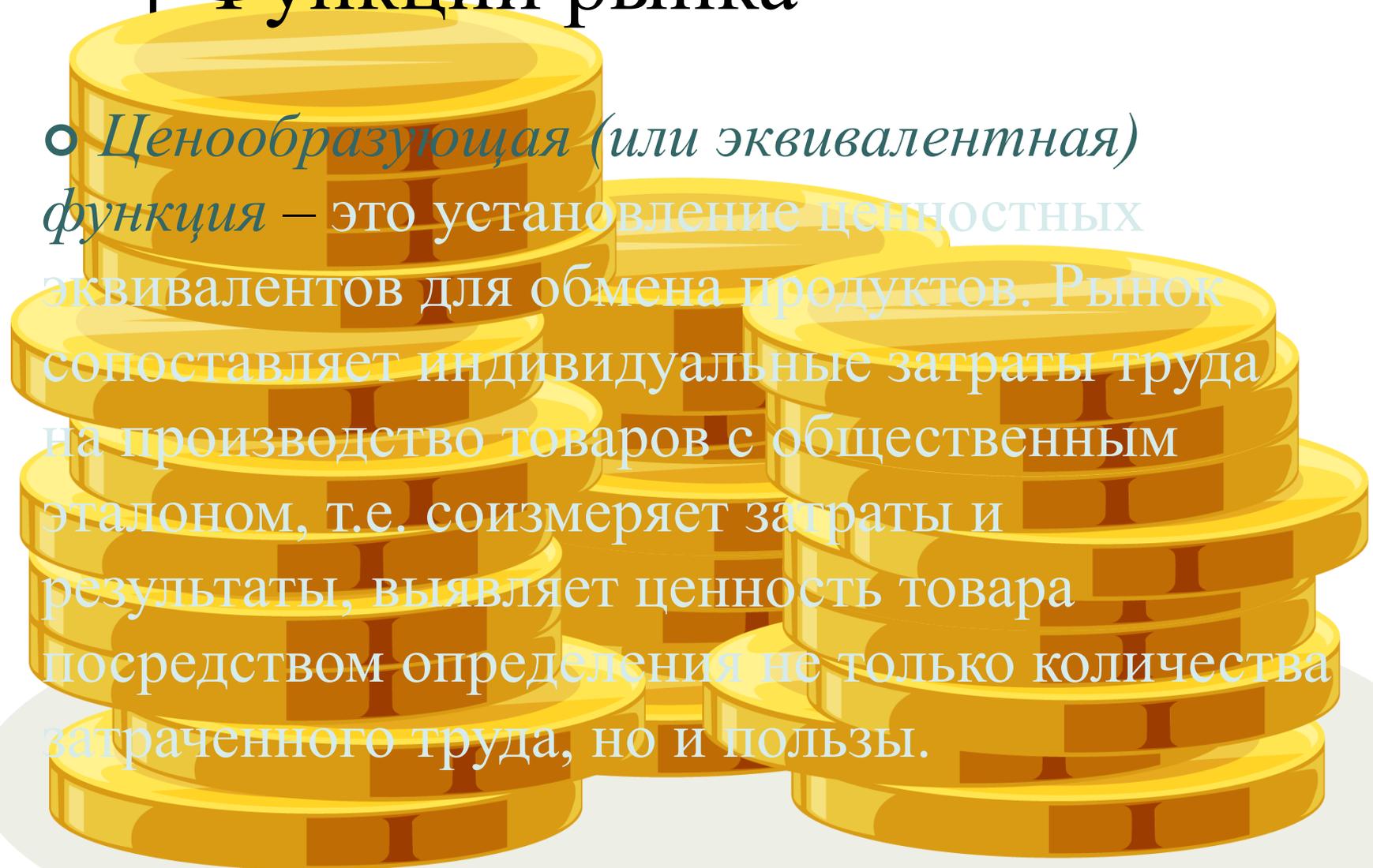
# Функции рынка

○ *Стимулирующая функция* состоит в побуждении производителей создавать новую продукцию, необходимые товары с наименьшими затратами и получать достаточную прибыль; стимулировать научно-технический прогресс и на его основе — интенсификацию производства и эффективность функционирования всей экономики.

An illustration of a businessman in a white shirt and brown tie running on a red track. He is holding a large carrot on a string, which is attached to a brown line that loops around the text. The background is a light green field with a blue sky and a white cloud.



# Функции рынка

- *Ценообразующая (или эквивалентная) функция* – это установление ценностных эквивалентов для обмена продуктов. Рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и пользы.
- 

# Функции рынка

○ *Контролирующая функция* рынка выполняет роль главного контролера конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

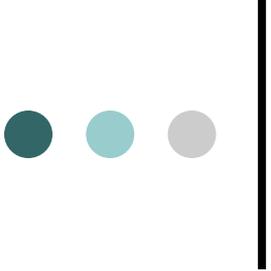


# Функции рынка

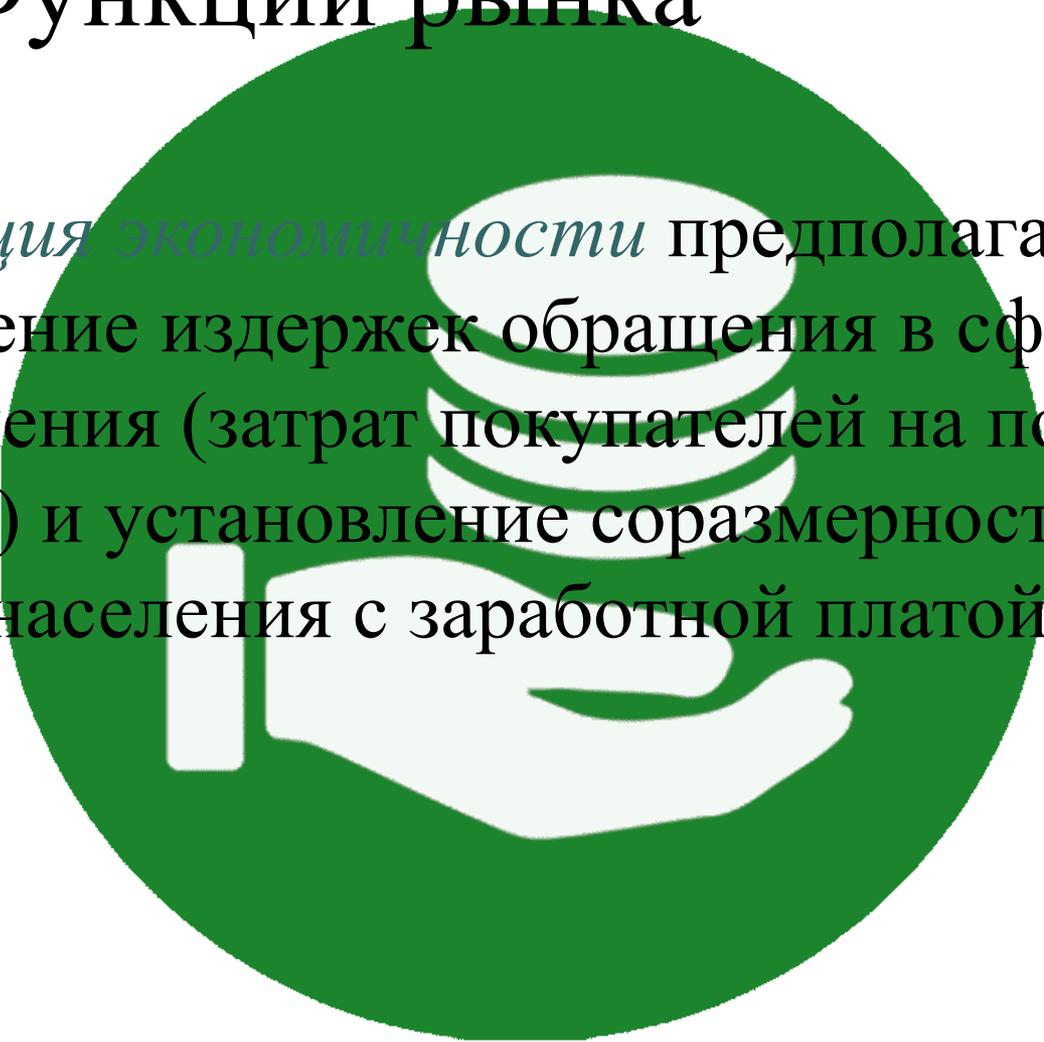
○ *Посредническая функция* обеспечивает взаимосвязь экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда (рынок определяет насколько взаимовыгодна та или иная экономическая и технологическая связь между участниками общественного производства), т.е. потребитель имеет возможность выбора оптимального продавца-поставщика, а продавец – наиболее подходящего покупателя.

# Функции рынка

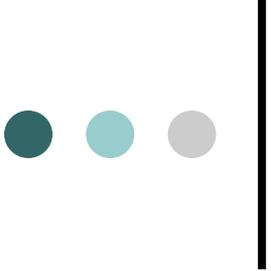
○ *Информационная функция* дает участникам рынка через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит, объективную информацию о спросе и предложении товаров и услуг. Современный рынок концентрирует в себе и обрабатывает огромные объемы информации и выдает (на основе конъюнктурных обзоров) обобщенные данные о состоянии рынка и условиях реализации товаров и услуг.



# Функции рынка



- *Функция экономичности* предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров) и установление соразмерности спроса населения с заработной платой.

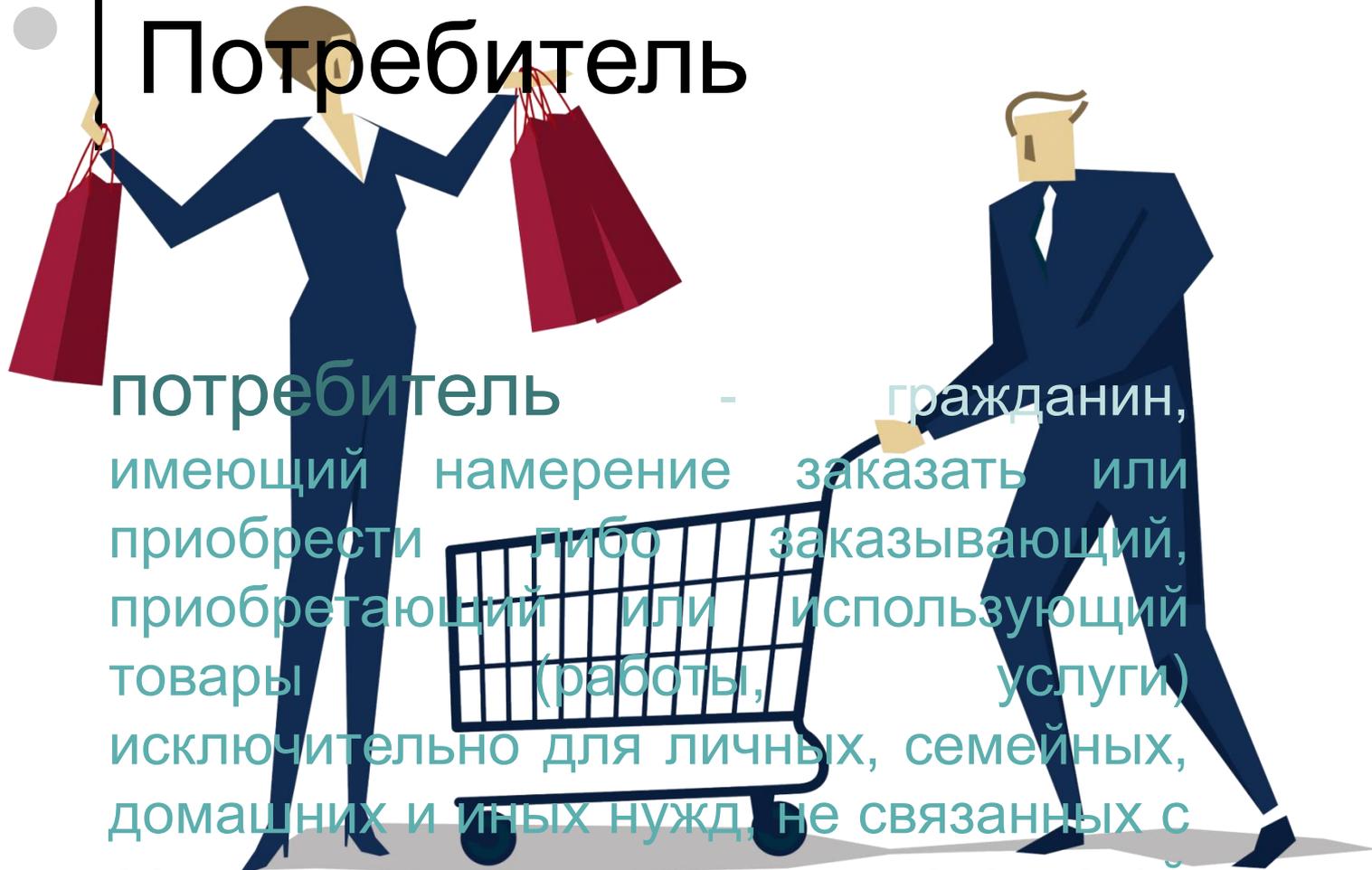


# Функции рынка

○ *Функция реализации интересов рыночных субъектов* обеспечивает взаимосвязь этих интересов. Экономический интерес продавцов состоит в получении большего дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с меньшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.



# Потребитель



потребитель - гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности

# Типы потребителей

○ *Индивидуальные*  
*потребители* —  
приобретают товар  
исключительно для  
личного пользования  
(одежда, обувь, личные  
вещи)

*Предпочтения:*  
потребительские  
свойства товара, цена,  
внешний вид, упаковка



# Типы потребителей



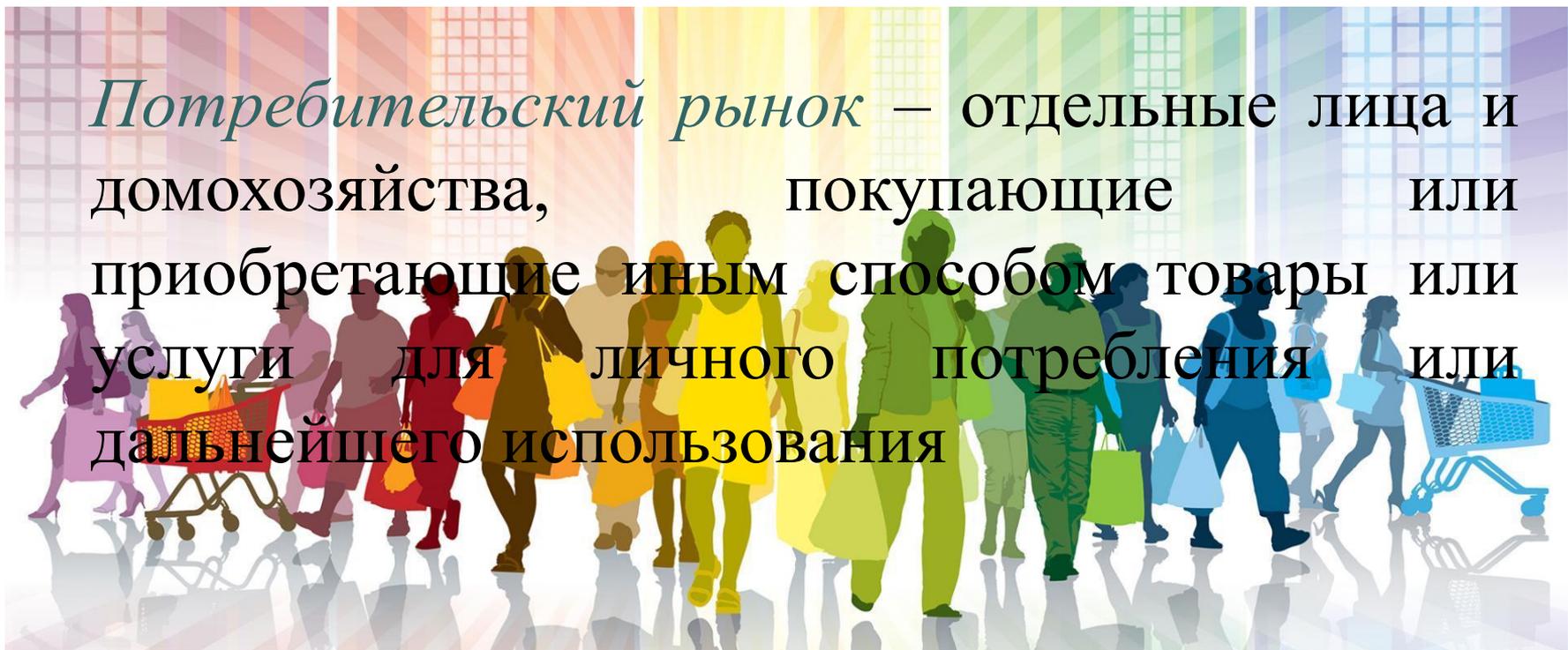
○ *Семьи или домохозяйства* – основной тип потребителей продуктов питания и непродовольственных товаров (мебель, бытовая техника)

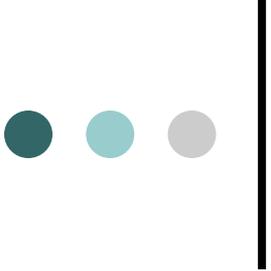
*Предпочтения:*

потребительские свойства товара, качество, полезность, цена, внешний вид

# ● ● ● | Потребительский рынок

*Потребительский рынок* – отдельные лица и домохозяйства, покупающие или приобретающие иным способом товары или услуги для личного потребления или дальнейшего использования





# Потребительский рынок

## *Модель покупательского поведения*





# Потребительский рынок

*Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей*

## КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ

- Культура
- Субкультура
- Социальное положение

## СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ

- Референтные группы
- Семья
- Роли и статусы

## ЛИЧНОСТНЫЕ ФАКТОРЫ

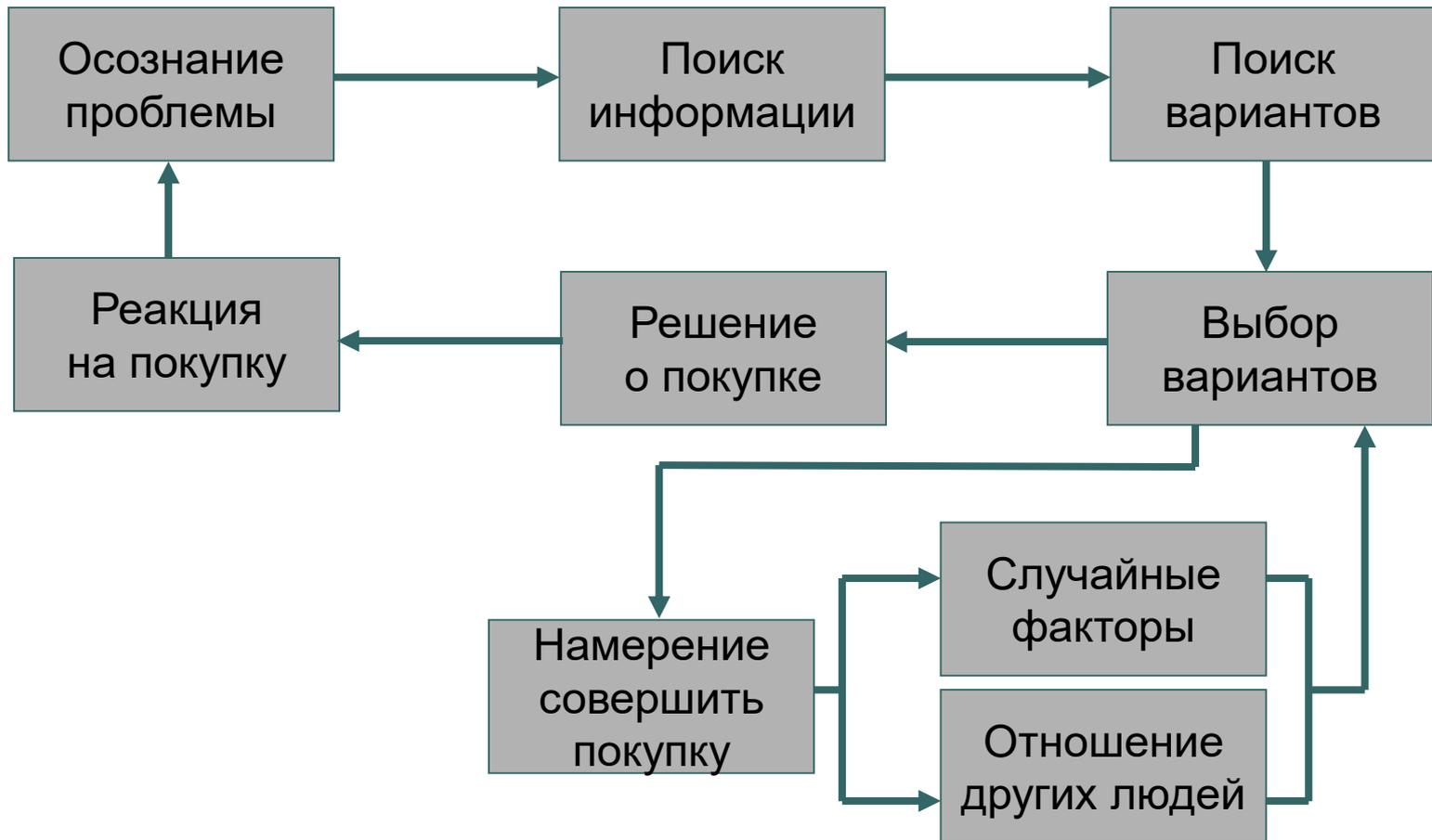
- Возраст и этап жизненного цикла семьи
- Род занятий
- Экономическое положение
- Образ жизни
- Тип личности

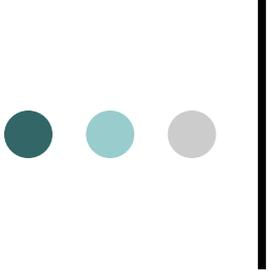
## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- Мотивация
- Восприятие
- Усвоение
- Убеждения и отношения

# Потребительский рынок

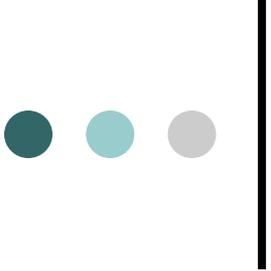
## *Процесс принятия решения о покупке*





# Промышленный рынок

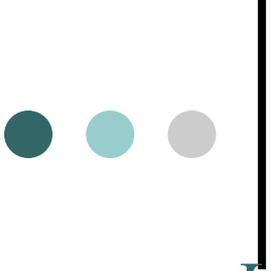
*Промышленный рынок* – совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг, продаваемых, сдаваемых в аренду или поставляемых другим потребителям



# Промышленный рынок

*Особенности промышленных рынков:*

- Меньшее количество покупателей
- Крупные покупатели
- Спрос определяется спросом на потребительском рынке
- Спрос не эластичен (цена сильно не влияет на спрос)
- Покупатели-профессионалы



# Промышленный рынок

*Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей:*

## ФАКТОРЫ СРЕДЫ

- Уровень спроса
- Стоимость заказа
- Условия поставок
- Конкуренция
- Экономическая выгода

## ФАКТОРЫ ОСОБЕННОСТЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

- Цели
- Структура
- Персонал
- Технологии

## МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ФАКТОРЫ

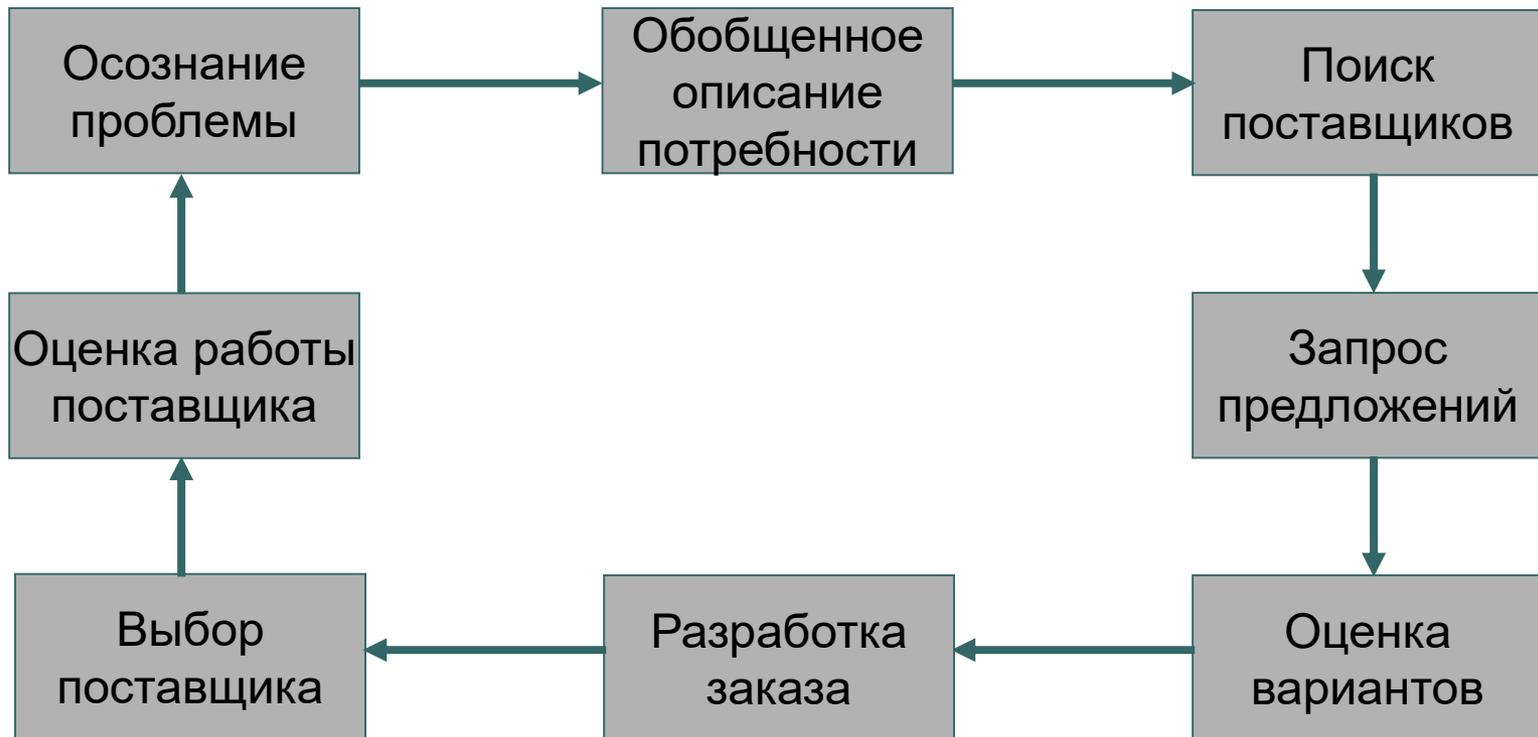
- Полномочия
- Статус
- Умение занять другую позицию
- Умение убеждать

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ

- Возраст
- Уровень дохода
- Образование
- Служебное положение
- Тип личности
- Готовность к риску

# Промышленный рынок

## *Процесс принятия решения о покупке*



● ● ● | Спасибо за внимание!

