

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/391930>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

Глава 2. Особенности спроса на потребительском рынке современной России

2.1 Факторы, определяющие спрос на товары и услуги в Российской Федерации

2.2 Проблемы, влияющие на уровень спроса в России

2.3 Мероприятия, направленные на стимулирование спроса на рынке

2.4 Противоречивость и зависимость факторов, влияющих на потребительский спрос в современной России

Литература

Глава 2. Особенности спроса на потребительском рынке современной России

2.1 Факторы, определяющие спрос на товары и услуги в Российской Федерации

Анализ факторов спроса не только помогает проникнуть в истину состояния проблем экономики, но выполняет множество других функций. Самое главное – он помогает предвидеть, как и какие рыночные силы влияют на равновесие цены и количества товаров.

Спрос – это то количество продукта, которое покупатели могут и желают купить по данной цене. Рынок любого государства формирует спрос на товары, которые могут удовлетворить потребности потребителей. Спрос на рынке отражает скорость, с которой желающие покупатели готовы заплатить за товары.

Развитие рыночных экономических исследований оказывает влияние на факторы, влияющие на уровень потребительского спроса. Сложность анализа спроса на рынке определяется быстрой изменчивостью, трудностью точного бухгалтерского учета, измерения и прогнозирования потребительского рынка, в связи со снижением производства товаров народного потребления. Величина спроса обнаруживается только в условиях рыночной экономики, механизм которой объединяет покупателей и продавцов.

Большинство потребителей в России, заинтересованных в покупке продуктов и товаров даже не знают того, что кроме желаний и нужды заставляет их делать покупки. Они не подозревают, что существует множество факторов, которые влияют на их потребности. Рыночный механизм позволяет удовлетворить только те потребности потребителя, которые выражаются с точки зрения спроса.

Рассмотрим основные компоненты, на которые ориентированы потребители, при совершении покупок на рынках и в магазинах.

Цена продукта. Для спроса цена услуги или продукта всегда является решающим фактором.

При прочих равных условиях, величина спроса на продукт обратно пропорциональна цене – покупатели готовы и в состоянии купить больше по низкой, а не высокой цене. В тех случаях, когда товары выставлены со скидкой на продажу, или покупатели и продавцы торгуются, правильным ценной будет реально оплаченная сумма, или цена сделки, но не запрашиваемая цена.

Качество продукта. Потребители, как правило, заинтересованы в качестве товаров, особенно по сравнению с конкурирующими моделями или качества товаров-заменителей. Основные характеристики товара это, как правило, качество, технические характеристики, гарантия, условия покупки в кредит, удобство, стиль и дизайн, послепродажное обслуживание и общая полезность. В целом, спрос на продукт выше, если продукт обладает качествами, которые потребитель ищет.

Нельзя сказать, что качество продукции той же отрасли, но производимые различными фирмами, почти одинаковые. Поскольку качество продукции отличается, имеются заметные пробелы в ценах на товары, выполняющих почти те же функции. Спрос на одну модель или торговую марку во многом зависит от того, как потребитель оценивает его качество по сравнению с качествами конкурирующих моделей и брендов. Конкуренты, как это обычно бывает, рекламируют качество своей продукции под предлогом информации для потребителей, но, по сути, пытаются убедить потребителей, что качество их товаров выше.

Вкусы и предпочтения потребителей. Связь потребительских вкусов со спросом очевидна. Если уменьшается желание потребителей приобрести продукт или услугу, то из-за этого уменьшается и спрос. Усиление желания потребителей повышает их готовность платить за товар более высокую цену или купить его в больших количествах. Само собой разумеется, что вкусы и предпочтения потребителей могут меняться, иногда постепенно, иногда быстро. Появление новых и более совершенных продуктов, изменение

образа жизни и ценностей, новая информация о влиянии продуктов на здоровье и безопасность - все это определяет, будет ли товар в моде или нет.

Изменение уровня рекламы продукции, изменение рекламы конкурирующих моделей и близких товаров, количество и размещение удобных магазинов - это лишь некоторые из факторов, которые могут привести к увеличению или уменьшению спроса на товары.

Доход потребителей. Совершенно очевидно, что доход потребителей влияет на спрос на рынке. Одного желания купить продукт недостаточно. Потребитель должен быть в состоянии заплатить за желаемый продукт. Чем выше доход потребителя и выше покупательная способность, тем выше спрос на товары в целом, а также и на некоторые продукты, в частности.

Цены на сопутствующие товары. Так как существует взаимозависимость между товарами, цены соответствующих товаров является важными переменными спроса. В случае товаров-заменителей, сравнение цены одного продукта с ценой конкурирующего продукта может оказать глубокое влияние на выбор потребителя. Тот факт, что один сорт кофе дешевле, чем другой, вероятно, влияют на выбор некоторых покупателей. В случае товаров-дополнителей, при условии, что они приобретаются вместе, ясно, что роль играет цена каждого из них. Если цена на телевизоры будет увеличена на 50%, то на тумбы под телевизоры спрос может упасть.

Число потребителей и частота покупок. По мере того как рыночный спрос на продукцию формируется как сумма индивидуального спроса потребителей, то становится ясно, что это будет влиять на количество потенциальных покупателей, а также частоту, с которой они покупают этот продукт.

1) Постановление Правительства РФ от 29 марта 2022 г. N 506 "О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы"//

<https://base.garant.ru/403783328/> (дата обращения 27.11.2023)

2) Федеральный закон "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 13.07.2015 N 224-ФЗ (последняя редакция)// http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения 27.11.2023)

3) Андреев А. В., В поисках справедливой системы социального обеспечения - динамика отношения российского общества к безусловному базовому доходу // Социологический журнал. — 2022. — Т. 28, № 3. — С. 38-56

4) Герасимова В. А., Запольских Ю. А. Инфляция: сущность и социально-экономические последствия//ПОКОЛЕНИЕ БУДУЩЕГО: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ - 2022. Сборник научных статей 11-й Международной молодежной научной конференции. Том 1. Курск, 2022. С. 75-77

5) Идрисов Х. В., Муцалова Х. А. Инфляция в России в новых «санкционных» условиях: причины возникновения и методы борьбы с ней//СБОРНИК ИЗБРАННЫХ СТАТЕЙ ПО МАТЕРИАЛАМ НАУЧНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ ГНИИ "НАЦРАЗВИТИЕ". Санкт-Петербург, 2022. С. 193-196

6) Картаев Ф. С., Влияет ли неравенство доходов на инфляцию в России? // Вопросы экономики. — 2022. — № 10. — С. 5-10

7) Кислицына Ю. А., Смирнова И. А. Причины современной инфляции в России//ШКОЛА МОЛОДЫХ НОВАТОРОВ. Сборник научных статей 3-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 3-х томах. Том 1. Курск, 2022. С. 121-123

8) Старых С.А., Перепелкин И.Г. Анализ влияния коронавирусного кризиса на экономику России [Текст]/ С.А. Старых, И.Г. Перепелкин // Регион: системы, экономика, управление. 2021. № 4 (55). С. 192-200

9) Ушакова А.Ю. Основные факторы, определяющие спрос потребителя//СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА. Материалы круглого стола. Научный редактор К.Н. Митус. 2016. С. 33-36

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/391930>