

Потребительский рынок



Выполнил студент:

форма обучения заочная

группа _____

Понятие потребительского рынка

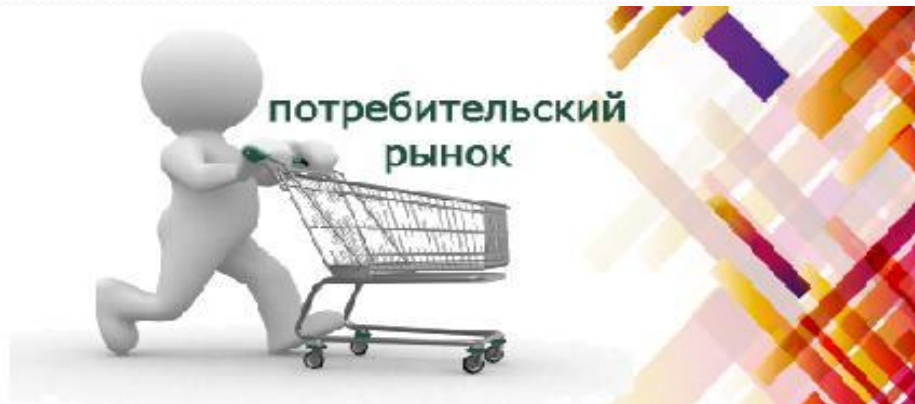
Потребительский рынок – совокупность частных лиц и домохозяйств, приобретающих товарную продукцию и услуги для личного некоммерческого использования.

Характеризуется высокой конкуренцией, обилием и разнообразием товара, децентрализованной структурой.

Состоит из множества субъектов, на экономическое поведение которых влияют социокультурные, личные и психологические факторы.



Характеристика потребительского рынка



Потребительский рынок характеризуется тем, что на нем отдельные лица, семьи или домохозяйства приобретают товары и услуги для собственного потребления.

По числу участников этот рынок самый крупный в любой стране. Покупатели отличаются друг от друга по возрасту, уровню доходов, образованию, склонностью к перемене мест, вкусам, особенностям поведения и другим параметрам, поэтому необходимо группировать потенциальных покупателей потребительских товаров и услуг на сегменты по этим параметрам.

Рынки потребительских товаров характеризуются:

- массовым потреблением,
- разнообразной конкуренцией,
- децентрализованной структурой.

Функции потребительского рынка

В современной экономической системе потребительский рынок выполняет следующие **основные функции**:

1) определяет стоимость товаров и услуг, превращает продукт труда в товар и доводит его до конечного потребителя;

2) обеспечивает непрерывность процесса общественного воспроизведения связь между производством и потреблением, формирует целостность национальной системы и ее связь с другими национальными экономиками в масштабе мирового рынка;

3) побуждает производителей товаров и услуг снижать индивидуальные затраты, повышать общественную полезность товаров и услуг, их качество и потребительские свойства, усиливает конкуренцию между производителями;

4) создает материальные стимулы к труду, поскольку на рынке в процессе обмена денег на товары потребитель получает часть материальных благ, необходимых для продолжения жизнедеятельности;

5) регулирующее воздействие на экономику в целом.



Особенности потребительского рынка

- 1) Множественность участников, объем покупок каждого из которых невелик. Тогда как на промышленном рынке уход или появление даже одного клиента представляет собой значимое событие, потребительский рынок способен сохранять постоянную конъюнктуру при значительных колебаниях количества потребителей.
- 2) В отношении продавцов наблюдаются следующие закономерности: эффект Парето: на 20% клиентов приходится 80% дохода;
- 3) Потребительскому рынку характерна сегментация по психографическим характеристикам и образу жизни клиентов. В этом его отличие от промышленного рынка, структурированность которого обусловлена отраслевой принадлежностью покупателей, их концентрацией вокруг сырьевых рынков или энергоресурсов.
- 4) Дилетантская природа покупки. Конечный потребитель не владеет достаточным уровнем знаний, не имеет объективной информации для формирования адекватных критериев выбора.
- 5) Относительно низкий порог вхождения на рынок. Работа с частными лицами требует меньших активов. На потребительском рынке требования относительно уровня технологий, связей и репутации продавца ниже, чем на промышленном.



Особенности потребительского рынка

- 6) Преимущественно ценовая конкуренция. Цена – критичный фактор выбора на потребительском рынке. Промышленному рынку в гораздо большей степени характерна неценовая конкуренция.
- 7) Ценообразование демонстрирует высокую зависимость от действий конкурентов. В этом отличие потребительского рынка от промышленного, где цена определяется преимущественно качеством товара и степенью известности торговой марки.
- 8) Ключевой метод продвижения товара на потребительском рынке – массовая реклама в СМИ. Для сравнения, на промышленных рынках ключевую роль играет персональная продажа, превалирует реклама в специализированных профессиональных изданиях.



Структура потребительского рынка



Состав потребительского рынка России

- Потребительский рынок включает широкую сеть магазинов розничной и мелкооптовой торговли, оптовые базы, посреднические организации, предприятия сферы социально-бытовых услуг, транспорта и связи
- Региональный потребительский рынок зависит от особенностей территории, на которой он функционирует.
- В России региональными потребительскими рынками являются рынки экономических районов (первый уровень), краев, областей, республик, округов (второй уровень), городов (третий уровень), муниципальных образований районов (четвертый уровень), отдельных населенных пунктов, входящих в состав муниципального образования (пятый уровень).

Сегментация потребительского рынка

- **Некоторые группы потребителей приносят фирме больше прибыли, чем другие**
- **Прибыльность потребителя** зависит от:
 - типа приобретаемых им продуктов;
 - объема продаж;
 - цены;
 - требуемых услуг, при оказании которых создается добавленная стоимость;
 - дополнительных действий, необходимых для поддержания устойчивых деловых связей
- **Высокоприбыльные группы потребителей образуют основной рынок для компании**



**Презентация окончена.
Спасибо за внимание!**