

ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРЕМЕЩЕНИИ ЛЮДЕЙ И ТОВАРОВ,

**Что такое товар и что им может
быть?**

**Товар – все то, что
удовлетворяет потребности
людей и предлагается рынку
для обмена.**

Две отличительные особенности товара:

во-первых, товар способен удовлетворять человеческие потребности. Например, автомобиль – потребность в перемещении, хлеб – потребность в утолении голода, мобильный телефон – потребность в голосовой связи на расстоянии;

**во-вторых, товар *предлагается*
рынку. Он продается. Поэтому
картошка, выращенная для личного
потребления на огороде, товаром (в
экономическом смысле) не является.**

- ▣ Люди приобретают товары с целью удовлетворения своих разнообразных потребностей. При этом потребительские МОТИВЫ разделяются на две большие группы:
- ▣ *рациональные* – дешевизна, экономичность, долговременность, функциональность, вместимость, производительность, экологичность товара;
- ▣ и, *эмоциональные* – ощущение комфорта, привлекательность дизайна, соответствие моде.

Характеристики товара:

- *качество* – степень соответствия товара его предназначению;
- *конкурентоспособность* – выгодные отличия данного товара от аналогичных товаров-конкурентов, выражающаяся в способности лучше удовлетворять потребности покупателей;
- *цена* – та сумма денег, за которую продавец готов продать, а покупатель купить товар;
- *ассортимент* – чем богаче и шире предлагаемый товарный ассортимент, тем более полно удовлетворяются потребности покупателя;

упаковка – обеспечивает защиту продукта, привлекает к нему внимание, несет на себе определенную информацию (состав, срок годности, инструкция по применению);

сервис – сопутствующие товару услуги (помощь в выборе товара, возможность его примерки или апробации, доставка, продажа в рассрочку, гарантийный ремонт, обеспечение запчастями);

марка – имя (марочной название) и/или рисунок (марочный знак), обеспечивающие узнавание товара данного продавца (производителя) и его отличие от товаров конкурентов;

бренд – сильная марка, получившая широкое признание и имеющая многочисленных приверженцев (например, напитки «Кока-Кола» или мотоциклы «Харли-Дэвидсон»).

По *длительности использования* выделяют два **вида** товаров:

товары кратковременного пользования (еда, одноразовые салфетки и посуда);

товары длительного пользования (одежда, бытовая техника, мебель).

Потребительские функции транспорта.

Транспорт – отрасль
материального производства,
осуществляющая комплекс
транспортно – технологических
процессов при перемещении
пассажиров и грузов.

Транспорт обеспечивает развитие международных экономических отношений, способствуя осуществлению взаимовыгодного обмена между различными странами. По видам транспортные услуги можно разделить на:

автомобильные перевозки

воздушные перевозки

железнодорожные перевозки

морские и речные перевозки

По типу перевозок на:

Пассажирские перевозки: транспортные услуги по перемещению пассажиров, связанные с безопасностью, своевременностью и комфортностью перевозки пассажиров, а также с сохранностью багажа.

Грузовые перевозки: транспортные услуги по перемещению материальных ценностей, связанные с их сохранностью и своевременностью доставки.

Занимая первое место в мире по площади своей территории, Россия по средней плотности автодорог уступает не только высокоразвитым, но и большинству развивающихся стран. Общая протяженность в России автодорог с твердым покрытием в конце 1996 г. составляла всего 745 тыс. км, причем в подавляющем своем большинстве даже эти дороги не соответствовали общепринятым