

**Рациональный
потребитель.
Реклама.
Защита прав
потребителя.**

**Работу выполнила 1-
ая гуманитарная
группа**

Рациональное поведение.

Цель потребителя – извлечь максимальную пользу от потребления товаров и услуг. Потребитель ограничен семейным бюджетом, ценами, ассортиментом предлагаемых товаров и услуг.



Рациональное поведение потребителя - поведение потребителя, направленное на максимизацию полезности потребляемых благ при ограниченном доходе.



В РЕЖИМЕ ЭКОНОМИИ

КАКИЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ СВОЙСТВЕННЫ РОССИЯНАМ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ



НЕ ЭКОНОМЯТ

18%



НИКОГДА НЕ ЭКОНОМИЛИ

13%

5%

НЕДАВНО ПЕРЕСТАЛИ

79%



НЕДАВНО НАЧАЛИ

13%

ПОСТОЯННО ЭКОНОМЯТ 66%

ЭКОНОМЯТ

В РЕЖИМЕ ПОСТОЯННОЙ ЭКОНОМИИ ЖИВУТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО:

ЖЕНЩИНЫ

72%



РЕСПОНДЕНТЫ ОТ 60 И СТАРШЕ

83%



ЛЮДИ С НИЗКОЙ ОЦЕНКОЙ МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

86%



Рациональный потребитель



Рациональный потребитель – покупатель, личность, вступающая в экономические отношения на рынке товаров и услуг, с целью реализации своих духовных и материальных потребностей, действия личности являются взвешенными с его точки зрения для получения



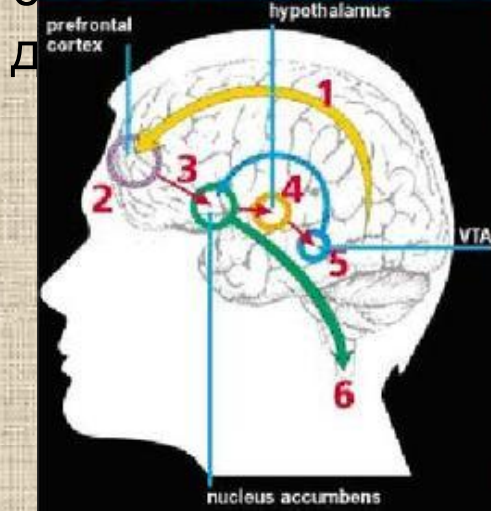
Потребительское

поведение

Потребительское поведение — это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного



ЧТО ПРОИСХОДИТ В ГОЛОВЕ У ПОКУПАТЕЛЯ



- 1 Человек увидел товар
- 2 Оценил расходы
- 3 Предвкусил счастье
- 4 Сравнил счастье и расходы
- 5 Получил удовольствие
- 6 Подал команду «купить»



ПРОВЕДЁМ ОПЗНАНИЕ!
ГРАЖДАНКА, ВЫ УЗНАЁТЕ СРЕДИ ЭТИХ ПРОДУКТОВ ТЕХ, КОТОРЫЕ ВАС УДАРИЛИ ПО КАРМАНУ?



Реклама

Реклама — особый вид коммуникационной деятельности, который имеет экономическую основу и сопровождает человечество на протяжении всей истории его развития. Существуют три основополагающих условия возникновения и последующего развития рекламы в процессе эволюции общества:

- Возникновение рынка товаров и услуг.
- Возникновение рынка средств распространения информации о предлагаемых к продаже товарах и услугах.
- Возникновение рынка потребителей рекламируемых товаров и услуг.



МИНИСТЕРСТВО
ЗДРАВООХРАЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**СОРВИСЬ
С КРЮЧКА!**

Российский курильщик зависит
от **6 570** сигарет в год

8 (800) 200 0 200 центр отказа от курения
Nikotin-ubivaet.ru

ВСЕ РАВНО?!



**“Реклама -
это средство заставить людей
нуждаться в том,
в чем они раньше не нуждались”**

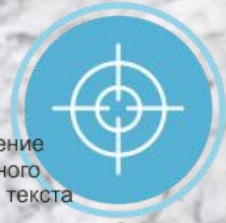
Основные функции

рекламы

Подбор ключевых слов и фраз для размещения объявления



Оптимальная настройка таргетинга рекламы



Составление интересного рекламного текста



Размещение рекламы на наиболее подходящих рекламных площадках и системах



Статистический анализ эффективности контекстной рекламы



Экономическая	Социальная	Маркетинговая	Коммуникативная
<ul style="list-style-type: none"> ■ Добавочная ценность товара; ■ Ускорение оборачиваемости капитала; ■ Расширение рынка сбыта; ■ Стимулирование конкуренции, контроль и др. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Приобщение к национальным ценностям; ■ Пропаганда образа и уровня жизни «выше среднего»; ■ Воспитание культуры потребления; 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Аналитическая; ■ Производственная; ■ Сбытовая; ■ Управленческая; 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Информационная; ■ Психологическая; ■ Стимулирующая; ■ Селективная



«Защита прав потребителей.»



Потребители и их права.

- **Защита прав потребителей** – понятие, недавно вошедшее в нашу действительность. Работы по ее правовому и организационному обеспечению выдвинули ее число основных направлений социально – экономической политики государства.

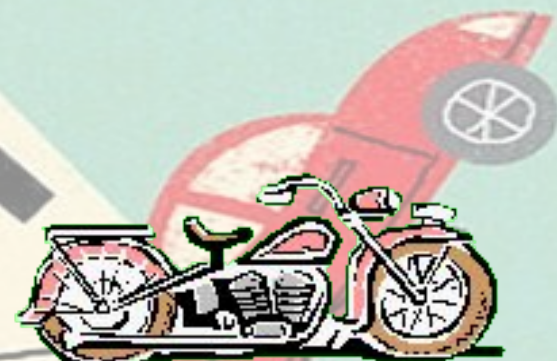


Потребитель имеет право на:

Безопасность товаров и услуг при:

- Использовании;
- Хранении;
- Транспортировке;

Не только для жизни, здоровья, имущества,
но и для окружающей среды.



**Потребитель в праве обменять
непродовольственный товар
надлежащего качества на аналогичный
товар у продавца, у которого этот товар
не подошел по форме, габаритам или
по иным причинам.**

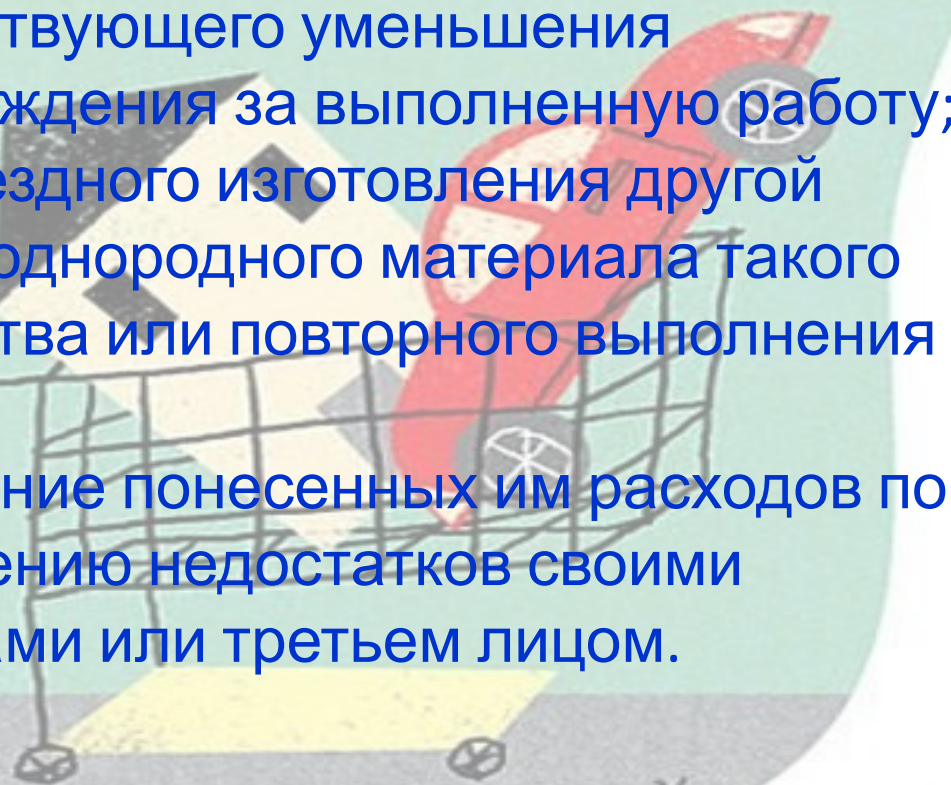
**В случае, если аналогичный товар
отсутствует в продаже на день
обращения потребителя к продавцу,
он в праве потребовать возврат
денежной суммы за уплаченный
товар.**

**Срок обмена товара
ненадлежащего качества 14
дней, не считая дня
покупки товара.**



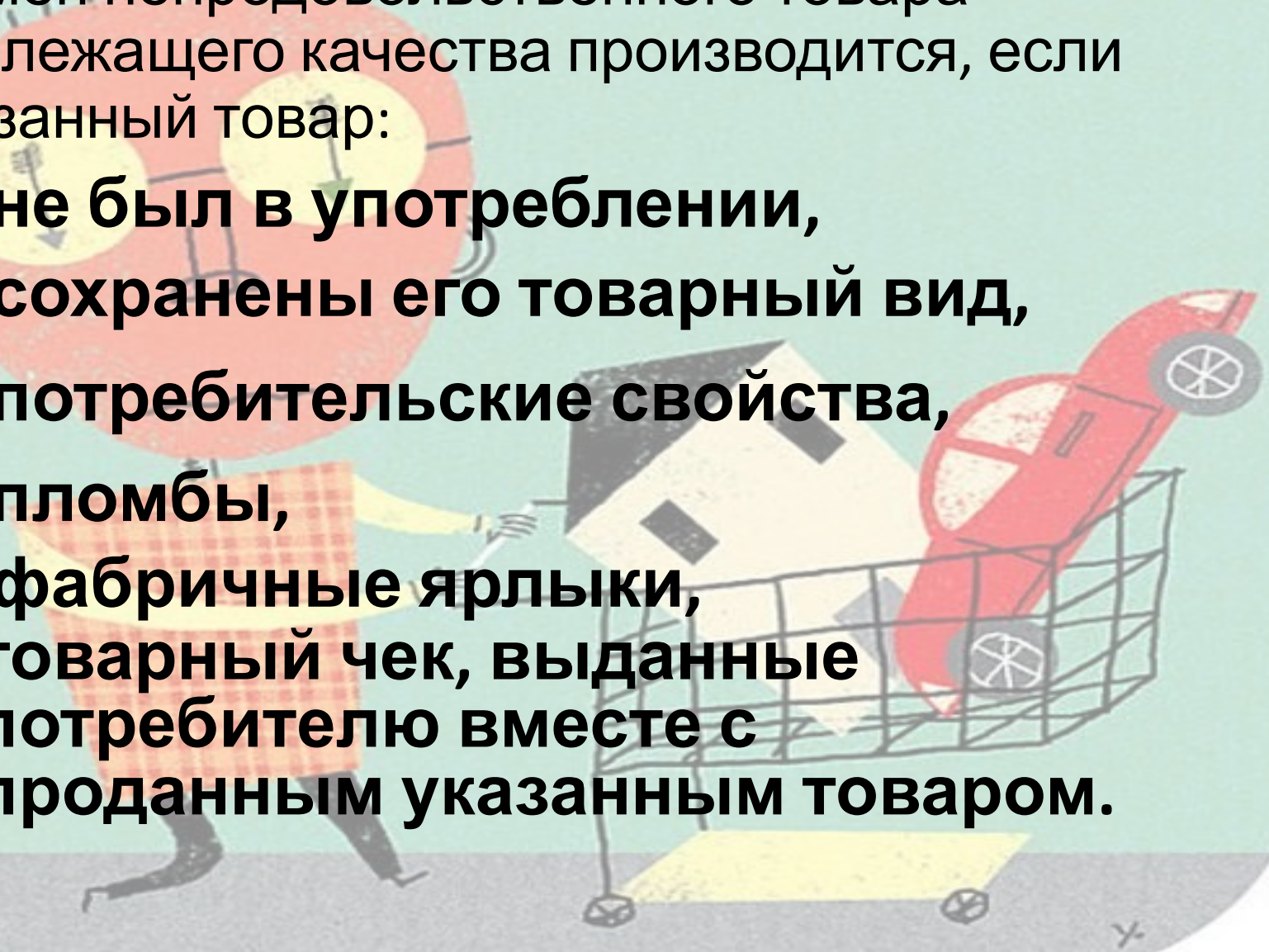
Потребитель при обнаружении недостатков в выполненной работе **вправе по своему выбору потребовать:**


1. Безвозмездное устранение недостатков в выполненной работе;
2. Соответствующего уменьшения вознаграждения за выполненную работу;
3. Безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы;
4. Возмещение понесенных им расходов по исправлению недостатков своими средствами или третьем лицом.



Обмен непроизводительного товара надлежащего качества производится, если указанный товар:

- ✓ не был в употреблении,
- ✓ сохранены его товарный вид,
- ✓ потребительские свойства,
- ✓ пломбы,
- ✓ фабричные ярлыки,
- ✓ товарный чек, выданные потребителю вместе с проданным указанным товаром.





Требования к товарам.

На товары должны устанавливаться сроки службы (годности).

Для обеспечения безопасной реализации товар должен обладать сертификатами.

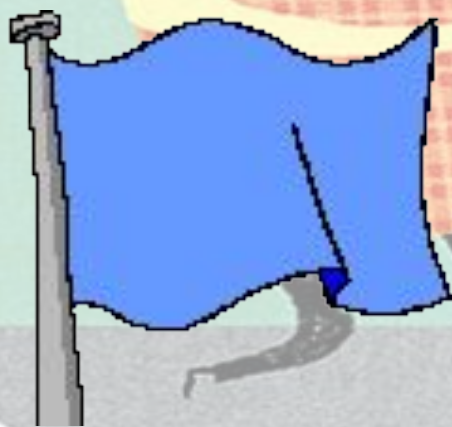
Изготовитель обязан предоставить потребителю **информацию** о правильной эксплуатации, хранению и транспортировке.



Общественная защита потребителя.

Общественная защита потребителя осуществляется организациями потребителей, которые создаются как по территориальному признаку (районные, городские), так и в зависимости от конкретного интереса группы потребителей (например, автолюбителей).

Они могут объединяться в союзы, конфедерации и т. д. Так, в настоящее время на территории России существует общественная организация **«Союз потребителей Российской Федерации»**.



Заключение.

Правительством РФ был создан закон «О защите прав потребителей», содержащий нормы о защите прав потребителей.

Такие акты отражали интересы производителей и продавцов, что привело к ущемлению прав потребителей. Закон «О защите прав потребителей» позволил прекратить такую практику.

