

Факторы потребления товаров роскоши

*Е.А. Наумова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
Университет экономики и права «КРОК»
prober@mail.ru*

Методология исследования. С целью обобщения и систематизации современных теоретико-методических подходов выявления факторов потребления товаров роскоши в представленном исследовании использованы методы сравнения, синтеза и анализа, индукции и дедукции. Исследование построено на научных работах иностранных и отечественных ученых в вопросах природы потребления роскоши.

Результаты. Определены факторы, влияющие на потребление товаров роскоши. Проанализированы мотивы, которыми руководствуются потребители при выборе этих товаров. Обобщены маркетинговые стратегии на рынке товаров роскоши.

Новизна. Проанализировано состояние и факторы развития мирового рынка роскоши. Определены факторы, влияющие на потребление товаров роскоши.

Практическая значимость. В работе показано, что стремительный рост мирового рынка товаров роскоши обусловлен, во-первых, желанием потребителей обладать социальной ролью успешного, самодостаточного человека; во-вторых, такими эффективными маркетинговыми стратегиями, как технологическая редкость, ограниченный выпуск продукции, тщательный контроль информации, реклама в продуктах мирового кинематографа. Основными мотивами при выборе товаров роскоши являются демонстративное и гедонистическое потребление.