

Фактори споживання товарів розкоші

*О.О. Наумова, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Університет економіки та права «КРОК»
prober@mail.ru*

Методологія дослідження. З метою узагальнення та систематизації сучасних теоретико-методичних підходів виявлення факторів споживання товарів розкоші у представленому дослідженні застосовано метод порівняння, синтезу та аналізу, індукції та дедукції. Дослідження побудовано на наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених з питань сутності споживання розкоші.

Результати. Визначено фактори, що впливають на споживання товарів розкоші. Проаналізовано мотиви, якими керуються споживачі при виборі вказаних товарів. Узагальнено маркетингові стратегії на ринку товарів розкоші.

Новизна. Проаналізовано стан і фактори розвитку світового ринку розкоші. Визначено фактори, що впливають на споживання товарів розкоші.

Практична значущість У роботі показано, що стрімкий розвиток світового ринку товарів розкоші обумовлений, по-перше, бажанням споживачів мати соціальну роль успішної, самодостатньої людини; по-друге, такими ефективними маркетинговими стратегіями, як технологічна рідкість, обмеженість випуску продукції, ретельний контроль за інформацією, реклама у продуктах світового кінематографа. Основними мотивами при виборі товарів розкоші є демонстративне та гедоністичне споживання.