

## ВЛИЯНИЕ ЦЕНЫ И ДОХОДА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР

*Нигина Широнова*

*Студент группы 3-ИКТ 21 факультета экономики и туризма,  
niginashirinova4@gmail.com*

**Аннотация:** На выбор потребителя влияют различные факторы, включая цену и доход потребителя. Цена и доход оказывают значительное влияние на то, что потребители выбирают для покупки, поскольку они определяют доступность и ценность продукта или услуги. В этой статье рассматривается влияние цены и дохода на выбор потребителей.

**Ключевые слова:** цена, рыночный механизм, национальный доход, бюджет, деньги, конкуренция, потребитель, субъект, предприятие.

Цена является одним из важных структурных элементов рыночного механизма. Своими задачами он создает условия для формирования и эффективного функционирования стабильной экономики, обеспечения рыночного равновесия, распределения национального дохода между различными отраслями и секторами экономики, хозяйствующими субъектами, социальной защиты населения. Это также оказывает значительное влияние на создание здоровой конкурентной среды, поощряя производителей.

На ценообразование оказывают влияние органы государственной власти (через налоговую, кредитную и другие формы экономической политики) и сами субъекты экономической деятельности. В узком смысле фирмы разрабатывают собственную стратегию ценообразования. Различают 3 основных типа ценообразования - свободное, административное и смешанное. Свободное ценообразование происходит на основе спроса и предложения. Прямое административное определение цен на все товары и услуги, использование административного, свободного и административного ценообразования в разных пропорциях именуется смешанным ценообразованием. Процесс ценообразования начинается с момента, когда фирма производит товар, и заканчивается, когда устанавливается рыночная цена.

Цена является решающим фактором в выборе покупателя. У потребителей есть бюджет, которого они должны придерживаться, и их решения о покупке основаны на цене продукта или услуги. Если цена продукта высока, потребители могут выбрать более дешевую альтернативу или вообще не покупать его. В качестве альтернативы, если цена продукта низка, потребители могут его купить. Однако цена должна отражать воспринимаемую ценность продукта, и потребители должны верить, что он стоит своих денег.

Доход является еще одним важным фактором потребительского выбора. Сумма денег, которую потребитель должен потратить, влияет на его решение о покупке. Потребители с высоким доходом чаще покупают дорогие товары или услуги, тогда как потребители с

низким доходом должны выбирать более дешевые альтернативы. Доход потребителя также влияет на его восприятие ценности. Например, человек с высоким доходом может считать предмет роскоши достойным своей цены, а человек с низким доходом может считать его пустой тратой денег.

Цена и доход также могут взаимодействовать, чтобы влиять на потребительский выбор. Потребитель может иметь более высокий бюджет на конкретный продукт или услугу, если его доход выше, что позволяет ему покупать товары по более высокой цене. Однако, если цена продукта слишком высока, даже потребители с высоким доходом могут выбрать более дешевую альтернативу. И наоборот, потребитель с низким доходом может сделать выбор между доступностью и качеством и вообще отказаться от определенных продуктов.

Таким образом, цена и доход являются решающими факторами, влияющими на потребительский выбор. Потребители принимают решения, исходя из своего бюджета и воспринимаемой ценности продукта. Доступность и качество продукта или услуги напрямую связаны с ценой и доходом и должны быть тщательно сбалансированы, чтобы потребители могли принять положительное решение о покупке. Понимание того, как цена и доход влияют на выбор потребителей, имеет решающее значение для компаний, которые хотят конкурировать на современном рынке.

#### **Использованная литература:**

1. Erkin Egamberdiyev "Microeconomics". Textbook T.: ILM ZIYO, 2015.
2. Khojayev RS, Mahmudov B., Khojayev HS, Ergashev EI, Egamberdiyev RI "Micro and Macroeconomics". T.: ILM ZIYA, 2016.
3. Jurayevich J. K., Sayfullayevich A. S. THE UNIQUE OF BUKHARA JEWS IN THE DYE INDUSTRY AND WEAVING CRAFT //Euro-Asia Conferences. – 2021. – Т. 1. – №. 1. – С. 48-53.
4. Abdullayev S. S., Hamroyev J. B. Features of the Organization of Pedagogical Practice. – 2023.
5. Sayfullayevich A. S. Development and Dynamics of Bukhara Ornamental Art at the Modern Stage of Uzbekistan's Independence //Pioneer: Journal of Advanced Research and Scientific Progress. – 2023. – Т. 2. – №. 2. – С. 31-35.
6. Muxitdinovna, Ashurova Zarina. "Mantessori Preschool Organizations." *American Journal of Social and Humanitarian Research* 3.1 (2022): 373-377.
7. Muxitdinovna Z. A. et al. Features of the Development of Speech in Preschoolers //American Journal of Social and Humanitarian Research. – 2022. – Т. 3. – №. 1. – С. 245-251.
8. Ashurova, Z. M. (2023, January). "INSECTS"(PRACTICAL LESSON FOR PRESCHOOLERS). In *International Conference of Education, Research and Innovation* (Vol. 1, No. 1, pp. 86-92).
9. To'raqulovich, J. U., & Muxitdinovna, A. Z. Features of Speech Development in Children of Middle Preschool Age.
10. <https://fayllar.org/>