

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«СИБИРСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ШКОЛА (КОЛЛЕДЖ)  
АННЫ МУРАТОВОЙ»

Проект  
По дисциплине «Экономика»  
Тема: Экономические  
проблемы 21 века

Выполнила :Пахомова Анна  
Студентка 1 курса группы  
Специальности:42.01.01 Реклама.

Омск 2022

# Паспорт проекта

Актуальность проекта : глобальные экономические проблемы влияющие на все сферы жизни могут быть катастрофическими.

Цель проекта : рассмотрение экономических проблем и пути их решения.

Задачи проекта :

- Проанализировать основные проблемы ;
- Изучить глобальные проблемы Мировой экономики ;
- Предположить направление развития проблемных ситуаций и пути выхода из них.

Тип проекта : Индивидуальный исследовательский проект.

Сроки выполнения : 15.01.2022-30.06.2022 гг.

Объект исследования : Мировая экономика.

# ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ.

Причины возникновения глобальных проблем.

1. Развитие производительных сил.
2. Быстрый рост населения планеты.
3. Научно-технический прогресс.



# Виды глобальных проблем.

**Интерсоциальные  
проблемы**

проблемы, связанные  
с взаимоотношениями развитых  
и развивающихся стран

**Проблемы  
«общество-природа»**

защита окружающей среды,  
ресурсы, энергетика

**Проблемы  
«человек-общество»**

рост народонаселения,  
борьба с нищетой, голодом,  
болезнями, развитие человека  
в условиях НТР

# ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

## Проблема преодоления бедности и отсталости

Одной из главных в мире является проблема бедности, под которой понимается невозможность обеспечивать простейшие и доступные для большинства людей в данной стране условия жизни.

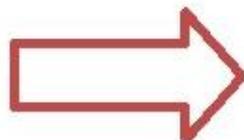


# Распространение бедности по оценкам Всемирного банка



ВСЕМИРНЫЙ БАНК  
Наша цель - Мир без бедности

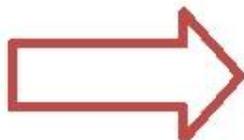
менее чем на 2 долл. в день



2,5 - 3 млрд человек.

7,5% России

менее чем на 1 долл. в  
день



1 - 1,2 млрд человек.

2% России

76% Замбии  
71% Нигерии  
61% Мадагаскара  
58% Танзании  
54% Гаити

# Проблема обеспечения человеческой безопасности

1. Участились конфликты, источником которых является соперничество групп или этнических общин внутри государств.
2. Появились неформальные международные группировки, которые представляют угрозу государственной безопасности.
3. Глубокие социальные неравенства в доступе к общественным благам приводят к чудовищной бедности и создает социальную среду, благоприятствующую насилию во всех его формах.
4. Дестабилизация одних стран, сопровождаемая массовым перемещением населения, из других стран.
5. В условиях глобализации возник целый ряд новых источников угрозы безопасности экологического характера, финансово-экономические риски, угроза энергетического и продовольственного кризиса

# Продовольственная проблема

За последние 50 лет в производстве продовольствия достигнут существенный прогресс — численность недоедающих и голодающих сократилась почти вдвое. В то же время немалая часть населения планеты до сих пор ощущает дефицит продуктов питания.

Численность нуждающихся в них превышает 850 млн человек, т.е. абсолютную нехватку продовольствия (по калориям) испытывает каждый седьмой. Более 5 млн. детей умирают ежегодно от последствий голодания.

Наиболее остро проблема дефицита продовольствия стоит перед беднейшими странами, которые к тому же не в состоянии выделять значительные средства на импорт продуктов питания.

# Демографическая проблема

**Дилерская скидка** - предоставляется производителями своим постоянным представителям или посредникам по сбыту, в том числе и заграничным. Эти скидки широко распространены при продаже автомобилей, тракторов и некоторых видов стандартного оборудования. Дилерская скидка в среднем 15 - 20% .

С 15 по 21 июня в магазине **Детский Дилерский Центр** скидка на весь ассортимент

**-40%**

**Скидки розничным продавцам** - могут использоваться для стимулирования розничного товарооборота. Они обычно предоставляются тем участникам товародвижения, которые выполняют те или иные функции в процессе продвижения товара на рынок, и связаны с хранением, учетом и сбытом реализуемой продукции.

**Сезонные скидки** - устанавливаются на виды товаров, на которые спрос имеет ярко выраженный сезонный характер, и только тем покупателям, которые приобретают их не в сезон, для которого они предназначены.



Скидка для поощрения продаж нового товара - мера снижения стандартной цены продажи, которая гарантируется торговым посредникам, если они берут для реализации новые товары, продвижение которых на рынок требует повышенных расходов на рекламу и услуги торговых агентов.

**Скидки за качество** - заключается в предоставлении скидки за завершающие работы по приспособлению товара к требованиям рынка.



**Экспортные скидки** - предоставляются продавцами при продаже товаров иностранным покупателям сверх тех скидок, которые действуют для покупателей внутреннего рынка. Их цель - повысить конкурентоспособность того или иного товара на внешнем рынке.

**Рабат** (англ. rebate — скидка, уступка) — скидка с цены товара, предоставляемая в виде процента или определенной суммы при покупке товара крупными партиями.



# Социологический опрос

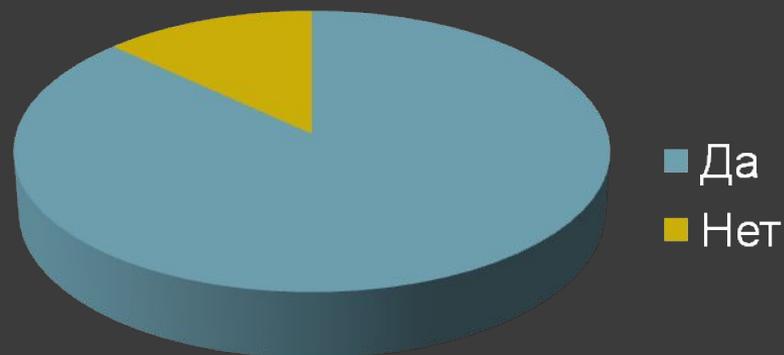
Мною было опрошено 23 человека , которые ответили на вопросы.

- 1) Выгодны ли скидки по вашему мнению ?
  - А. Да
  - В. нет
- 2) Интересуетесь ли Вы заранее где какие скидки ?
  - А. Да
  - В. Нет
- 3) Часто Вы покупаете товар по скидке (распродаже) ?
  - А. Да
  - В. Нет
- 4) Кому выгодны скидки по вашему мнению ?
  - А. покупателю
  - В. Продавцу
  - С. И покупателю и продавцу

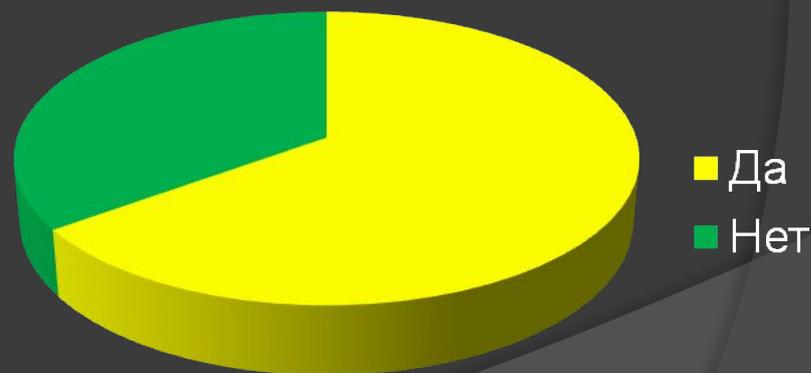
Рассмотрев первый вопрос «Выгодны ли скидки по вашему мнению?» 87% людей ответили да, а остальные 13% ответили нет.

Взяв также третий вопрос «Часто Вы покупаете товар по скидке (распродаже)?» – 65% людей ответили да, а остальные 35% нет, можно сделать вывод.

1 опрос



2 опрос



В заключении хочется отметить тот факт, все «уловки», на которые попадаются большая часть потребителей - это успешная работа трейд маркетинга. С одной стороны, они помогают потребителю приобрести товар по более низкой цене, а с другой - обманывают покупателей. Но мы ведь сами попадаем на этот крючок, поэтому нет повода жаловаться. Большая часть респондентов попадает на эти маркетинговые ходы, «уловки».

**Спасибо за внимание!**