

Название публикации:

Perception of price fluctuations in the context of consumption traditions and consumer expectations amid globalization of markets | [Percepción de las fluctuaciones de precios en el contexto del consumo tradicional y las expectativas de los consumidores en medio de la globalización de los mercados]

Авторы:

Ramazanov, I.A.a, Panasenko, S.V.a, Paramonova, T.N.b, Uryaseva, T.I.a, Kalugina, S.A.a

- a) Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation
- b) Russian State University for the Humanities, 6 Miusskaya sq., GSP-3, Moscow, 125993, Russian Federation

Наименование журнала:

Espacios

Volume 39, Issue 48, 2018, 17p

Аннотация:

So far, response of Russian consumers to price fluctuations in the context of consumption traditions and consumer expectations amid the globalization of markets has been little studied. The purpose of the study is to identify the relationship between fluctuations in prices of certain groups and types of commodities and Russian consumer sentiment in the context of consumption traditions and consumer expectations in the global market environment. The study is based on the use of the theory of time series and the systemic approach; the methods of scientific abstraction, analysis and synthesis, modeling and scientific generalization were applied. An approach has been developed to measure the response of Russian consumers to price fluctuations in the context of globalization of markets, consumption traditions and consumer expectations. © 2018.

Hasta ahora, la respuesta de los consumidores rusos a las fluctuaciones de los precios en el contexto de las tradiciones de consumo y las expectativas de los consumidores en medio de la globalización de los mercados ha sido poco estudiada. El propósito del estudio es identificar la relación entre las fluctuaciones en los precios de ciertos grupos y tipos de productos y el sentimiento del consumidor ruso en el contexto de las tradiciones de consumo y las expectativas del consumidor en el entorno del mercado global. El estudio se basa en el uso de la teoría de series de tiempo y el enfoque sistémico; Se aplicaron los métodos de abstracción científica, análisis y síntesis, modelación y generalización científica. Se ha desarrollado un enfoque para medir la respuesta de los consumidores rusos a las fluctuaciones de los precios en el contexto de la globalización de los mercados, las tradiciones de consumo y las expectativas de los consumidores. © 2018.

Ключевые слова:

Comportamiento del consumidor, Consumer behavior, Consumer sentiment, Consumption traditions