

УДК 330.16

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Карпович Ю. В., студент

Научный руководитель – Солодовников С. Ю., д.э.н., профессор
зав. каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Одним из наиболее заметных событий экономической науки последних десятилетий справедливо считается появление новой отрасли научных исследований, которая получила название поведенческой экономики. Это аналитическое направление сформировалось в 70-х годах прошлого века на стыке экономических и психологических исследований. Поведенческая экономика вышла за рамки привычных вопросов экономической теории и начала рассматривать острые социально-экономические проблемы, используя новые методы и подходы. Хотя большинство формальных моделей, используемых экономистами, продолжают основываться на принципе совершенной рациональности, поведенческая экономика представила многочисленные эмпирические свидетельства того, как сильно от него отклоняется поведение людей в реальной жизни. Она выявила и описала многие поведенческие аномалии, которым подвержены рациональные индивиды.

В разработке торговой политики промышленного предприятия необходимо руководствоваться основными принципами поведенческой экономики, поскольку они способствуют более полному удовлетворению потребностей потребителей. Ценовая политика как элемент торговой политики особенно тесно переплетена с поведенческой экономикой. Все факторы чувствительности покупателей и факторы иррационального поведения потребителей играют важную роль в процессе ценообразования. Таким образом, можно сделать вывод, что поведенческая экономика делает акцент на улучшении качества жизни, большей эффективности хозяйственной деятельности.