

**Белорусский государственный университет
Экономический факультет
Кафедра теоретической и институциональной экономики**

**Аннотация к дипломной работе
«Основные психологические закономерности
экономического поведения потребителей на современном этапе»**

**Ременчук Елизавета Андреевна,
научный руководитель: Хвесеня Наталья Павловна**

2014 г.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 89 страниц, 15 рисунков, 5 формул, 1 таблицу, 43 использованных источника.

ПОТРЕБИТЕЛЬ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ИРРАЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС, СИЛА ЦЕНЫ, ПРОБЛЕМА ОТНОСИТЕЛЬНОСТИ, ЭФФЕКТ ОЖИДАНИЯ, РЕКЛАМА, РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ.

Цель работы – освещение теоретических аспектов развития категории «Человек» в экономических исследованиях; анализ факторов, влияющих на экономическое поведение потребителей; определение, посредством опроса, степени воздействия, оказываемого рекламой на индивидов.

Объект исследования - психологические закономерности экономического поведения потребителей.

Предмет исследования - иррациональность потребителей, как путь к обогащению производителей.

Методы исследования: аналитический, сравнения, классификация, обобщение, описание, опрос.

В дипломной работе выявляются основные факторы, влияющие на экономическое поведение потребителей, обосновывается важность рекламы, как одной из форм рыночной власти. Посредством опроса о рекламе определяется мнение респондентов по поводу, оказываемого на них воздействия со стороны производителей.

Автором делается упор на то, что иррациональность в поведении потребителей открывает множество преимуществ для производителей в увеличении прибыли и снижении средних долгосрочных издержек.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа змяшчае: 89 старонак, 15 малюнкаў, 5 формул, 1 табліцу, 43 выкарыстаных крыніц.

СПАЖЫВЕЦ, ЭКАНАМІЧНЫЯ ПАВОДЗНЫ СПАЖЫЎЦА, ІРАЦЫЯНАЛЬНАСЦЬ ПАВОДЗІН, СПАЖЫВЕЦКІ ПОПЫТ, СІЛА ЦАНЫ, ПРАБЛЕМА АДНОСНАСЦІ, ЭФЕКТ ЧАКАННЯ, РЭКЛАМА, РЫНКАВАЯ ЎЛАДА, ДЫФЕРЭНЦЫЯЦЫЯ.

Мэта працы - асвятленне тэарэтычных аспектаў развіцця катэгорыі «Чалавек» ў эканамічных даследаваннях; аналіз фактараў, якія ўплываюць на эканамічнае паводзіны спажыўцоў; вызначэнне, з дапамогай апытання, ступені ўздзеяння, якое робіцца рэкламай на індывіда.

Аб'ект даследавання - заканамернасці эканамічнага паводзін спажыўцоў.

Прадмет даследавання - ірацыянальнасць спажывцоў, як шлях да ўзбагачэння вытворцаў.

Метады даследавання: аналітычны, параўнання, класіфікацыя, абагульненне, апісанне, апытанне.

У дыпломнай працы выяўляюцца асноўныя фактары, што ўплываюць на эканамічныя паводзіны спажывцоў, асталеўваецца важнасць рэкламы, як адной з формаў рынкавай ўлады. Праз апытанне пра рэкламу вызначаецца думка рэспандэнтаў з нагоды, робленага на іх ўплыву з боку вытворцаў.

Аўтарам робіцца ўпор на тое, што ірацыянальнасць ў паводзінах спажывцоў адкрывае мноства пераваг для вытворцаў у павелічэнні прыбытку і зніжэнні сярэдніх доўгатэрміновых выдаткаў.

ABSTRACT

Thesis contains: 89 pages, 15 figures, 5 formulas, 1 table, 43 sources.

CONSUMER, ECONOMIC BEHAVIOR OF CONSUMERS, IRRATIONAL BEHAVIOR, CONSUMER DEMAND, POWER OF PRICES, PROBLEM OF RELATIVITY, EFFECT OF EXPECTANCY, ADVIRTISING, MARKET POWER, DIFFERENTIATION.

The object of research - coverage of theoretical aspects of the development of the category "Human" in economic research; analysis of the factors affecting on economic behavior of consumers; determining, by the survey, the degree of influence exerted by advertising on individuals.

Object of research - psychological patterns of economic behavior of consumers.

Subject of research - the irrationality of consumers as a way to enrich the producers.

Methods: analysis, comparison, classification, generalization, description, interview.

Diploma paper identifies the main factors affecting on the economic behavior of consumers, substantiates the importance of advertising as a form of market power. Through a survey about advertising determined respondents' opinion about the exerted influence on them by the producers.

The author emphasizes that the irrationality in consumer behavior offers many benefits for producers to increase profits and reduce long-term average costs.