

УДК 338.7

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЦЕНОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Студент гр. 101041-16 Оськина А.В.

Научный руководитель – ст. преп. Зубрицкий А.Ф.

На политику предприятия влияет поведение покупателей, при этом значительное влияние на нее оказывают психологические и социальные факторы, что подтверждено многими эмпирическими исследованиями.

Под знанием цены понимается всякая информация, получаемая из долговременной памяти потребителя и значимая для субъективной оценки выгодности покупки желаемого продукта (услуги) с точки зрения цены. Знание цены, которое еще часто называют осведомленностью о цене

При решении о покупке главным для покупателей является не объективная цена продукта, а субъективная оценка предложенной за продукт цены. В этой связи различают суждения (мнения) о «благоприятной цене» и «достойной цене». В рамках эмпирических исследований было установлено, что до 90% товаров в розничной торговле имеют дробные цены. Кроме того, выявлено существование порогов круглой цены. Превышение порогов круглой цены ведет к значительной потере сбыта. Новые исследования в розничной торговле показали, что округление дробных цен не ведет к потере сбыта. Округленная цена воспринимается как «честная» цена. Таким образом, округленная цена может улучшить имидж цены и увеличить симпатию потребителей к местам торговли.