

подражать друг другу, сравнивают себя с другими и дают советы. Они хотят получить социальное одобрение. Оно становится дополнительным источником удовольствия. При покупке они руководствуются не личным опытом, а опытом других. Для людей также типичен синдром генетического альтруизма: они готовы жертвовать своими интересами ради интересов семьи, — это часть процесса эволюции.

Нейроэкономика предлагает несколько измерений потребительского поведения, ведь можно понять, что происходит в мозге в момент выбора. Это делается с помощью изучения активности мозга, электрохимии и другими способами. Чаще всего для таких экспериментов используют МРТ. Вопрос в том, как человеческий мозг воспринимает удовольствие. На этом основывается то, как он себя ощущает, и то, будет ли организм делать все возможное, чтобы усилить эффект [1].

Таким образом, чтобы построить теорию потребительского поведения, нужно использовать опыт других наук — когнитивной психологии, биологии и неврологии. Для построения комплексной теории, учитывающей особенности работы человеческого мозга в будущем, важно концентрироваться на эмоциях потребителей и на том, как они воспринимают реальность.

Источники

1. Новая теория потребления: экономика боли и удовольствия [Электронный ресурс] // Финмаркет. — Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/main/article/3200014>.

Е.В. Леонова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.А. Илюкович, канд. экон. наук, доцент

ВИРТУАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ — ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

В последние десятилетия XX в. в мировой экономике стали наблюдаться новые аспекты. Главными производственными ресурсами значатся знания, информация и научные достижения. Человеческий капитал и инновации — вот главные движущие силы экономики XXI в., которая другими словами называется «экономика знаний». Экономика знаний вызывает фундаментальные изменения экономической системы. Стоимость материальных и нематериальных товаров зависит не от качества, содержащегося в них совокупного труда, а от содержания в них знаний, информации и интеллекта. Экономика знаний характеризуется эффектами циф-

рового, виртуального хозяйствования. Доступность сети Интернет, разнообразие и широта распространения информационно-коммуникационных технологий, высокая рыночная роль знаний и информации, развитый обмен информацией делают экономическую деятельность более прозрачной, предоставляя субъектам экономики информацию обо всех видах деятельности, уменьшению барьеров входа во все отрасли [1].

Виртуальные инструменты экономики способны увеличить производительность труда и удовлетворить запросы любого клиента. Электронная торговля может снизить вероятность кризисов за счет ускорения реализации услуг и товаров, эффективности рекламных кампаний и использования платежных сервисов. С развитием виртуальных форм в экономике коммерческие связи становятся весьма многообразными — от распространения коммерческой информации о товарах и услугах и последовательного обслуживания до дистанционной продажи. Информационные технологии дали рынку новые коммуникации, электронные средства обращения и учета — кредитные карточки, электронные акции, штриховой код, которые значительно ускоряют и упрощают расчеты. Все это позволяет предоставить потребителям широкий спектр товаров и услуг. В развитых странах виртуальная торговля довольно быстро заняла сильные позиции. Она даже вытеснила традиционные магазины. Как известно, Amazon уже открыл магазин без кассиров, менеджеров — персонала в целом. Люди берут любой товар с полок, под которыми активен сканер, снимающий определенную сумму с карты покупателя, как только тот возьмет некий товар. Если данный товар покупателю не понравится и он вернет его на место, деньги обратно будут переведены на счет владельца карты [2].

С новыми формами торговли стираются грани между сферами производства и услуг, упрощается экономическая структура, уменьшаются транзакционные издержки. Запросы и потребности потребителей изучаются в процессе предварительного виртуального показа модели новой продукции. Развитие виртуальной торговли — одна из основных мировых тенденций развития экономики [3].

Источники

1. Мусаелян, Л.В. Виртуальная экономика [Электронный ресурс] / Л.В. Мусаелян, Л.А. Хачатрян, А.А. Плисовских // СибАК. — Режим доступа: <http://sibac.info/archive/economy/6.pdf>.

2. Агабабян, Э.А. Будущее образование или образование будущего [Электронный ресурс] / Э.А. Агабабян, Р.А. Коджоян // Международный научный электронный журнал «Бизнес-образование в экономике знаний» — Режим доступа: <https://www.bibs-science.ru/articles/ar946.pdf>.

3. Кунгурова, Н.И. Экономика знаний / Н.И. Кунгурова, В.К. Терехов. — Минск : Издательство «БДП», 2010. — 1008 с.