

Учреждение образования  
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»

Факультет психологии

Кафедра социальной психологии

Дневная форма получения образования  
Психология предпринимательской деятельности  
54 группа

ТИМОШИШИНА ОЛЬГА СЕРГЕЕВНА

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Потребительские предпочтения при выборе одежды у мужчин и  
женщин

Допущена к защите  
протокол № 18 заседания  
кафедры социальной психологии  
«7» мая 2013 г.  
Подпись \_\_\_\_\_ зав. кафедрой

Научный руководитель –  
кандидат психологических  
наук, доцент  
Азаренок Наталья  
Валерьевна

Минск, 2013

## ОГЛАВЛЕНИЕ:

|  |    |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ.....  | 3  |
| ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К<br>ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ»,<br>«ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ»..... | 5  |
| 1.1 Основные тенденции изучения потребительского поведения.....  | 5  |
| 1.2 Основные направления исследования потребительского поведения и<br>потребительских предпочтений мужчин и женщин.....            | 12 |
| Выводы по I главе .....  | 20 |
| ГЛАВА 2 ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ<br>ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ОДЕЖДЫ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН.....                         | 21 |
| 2.1 Организация, этапы и методы исследования.....  | 21 |
| 2.2 Анализ результатов исследования потребительских предпочтений при<br>выборе одежды у мужчин и женщин.....                       | 24 |
| Выводы по II главе.....  | 35 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....  | 38 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....   | 42 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ.....  | 45 |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность:** Современный образ жизни человека тяжело представить без ежедневного приобретения материальных ценностей и нужд. Деятельности непосредственно вовлеченная в обретение, потребление и избавления от продуктов, услуг, идей, включая процессы решений, предшествующие этой деятельности и следующие за ней является потребительским поведением человека. Термин «потребительское поведение» активно изучается в рамках социальной психологии экономического поведения такими отечественными исследователями, как А.Л. Журавлев, О.С. Дейнека, В.В. Спасенников, В.В. Новиков, И.Е. Задорожнюк, В.П. Позняков, Е.В. Широхова. Одним из компонентов потребительского поведения являются потребительские предпочтения.

Изучение потребительского поведения и потребительских предпочтений в частности, не получило широкого распространения в Республике Беларусь. Существуют лишь отдельные исследования российской научной школы в трудах В.В. Новикова, А.Л. Журавлева, О.С. Дейнеки имеются лишь отдельные указания на существование потребительских предпочтений. Изучение потребительского поведения, активно ведущиеся за рубежом, могут быть не всегда адаптивными касательно отечественного рынка потребителя в силу социокультурных различий, а исследования в отечественной психологии пока не получили высокого развития, что является фактором актуальности данной работы.

В зарубежной психологии исследованием потребительских предпочтений и потребительского поведения занимаются такие психологи, как С. Кемп, Ф. Болл, американские психологи Дж. Лоуэнштейн, Г. Лейбенштейн, Дж. Бакстер, И. Мус, Р. Элиот, Р. Массон, В. Хайнс, итальянский психолог М. Бьянчи, которые отводят этому феномену большую роль в развитии маркетинга.

Среди товаров особое место следует отвести одежде, потому что данный вид товаров приобретают все категории населения, вне зависимости от половой принадлежности, возраста, статуса и других социальных факторов. Однако предпочтения, которые возникают у людей при выборе одежды, не изучены, что делает актуальным их изучение в данной работе.

**Научная новизна:** в дипломной работе исследуется покупательское поведение людей разного пола, а именно потребительские предпочтения этих групп.

**Практическая значимость:** полученные результаты исследования помогут определить специфику потребительского поведения людей разной половой принадлежности при выборе одежды, что в дальнейшем предоставляет возможность прогнозировать покупательское поведение мужчин и женщин.

**Гипотеза исследования:** особенности потребительских предпочтений при выборе одежды у мужчин и женщин определяются полом.

**Объект исследования:** потребительское поведение.

**Предмет исследования:** потребительские предпочтения при выборе одежды.

**Цель исследования:** изучить особенности потребительских предпочтений мужчин и женщин при выборе одежды.

**Задачи исследования:**

1. проанализировать существующие подходы к понятиям «потребительское поведение» и «потребительские предпочтения» с целью операционализации данных понятий.
2. обобщить теоретический и эмпирический опыт исследований, посвященных потребительскому поведению, с целью разработки анкетного опроса, направленного на изучение потребительских предпочтений при выборе одежды;
3. изучить потребительские предпочтения мужчин и женщин при выборе одежды;
4. определить специфику потребительских предпочтений при выборе одежды в зависимости пола.

**Переменные исследования и их индикаторы:**

- а) зависимая: потребительские предпочтения;
- б) независимая: пол.

**Методы исследования:** аналитический (теоретический анализ научной психологической литературы), диагностический, методы статистической обработки данных.

**Структура и содержание дипломной работы:** работа состоит из 59 листов печатного текста, которые включают в себя титульный лист, оглавление, введение, теоретическая часть, эмпирическая часть выводы по главам, заключение, список использованной литературы и приложения.