

Учреждение образования  
«Белорусский государственный педагогический университет  
имени Максима Танка»

Факультет психологии  
Кафедра социальной психологии

Дневная форма получения образования  
Специальность «Психология» со специализацией  
«Психология предпринимательской деятельности»

Группа 56

ДЕМИДЕНКО АННА АЛЕКСЕЕВНА


ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Влияние личностных диспозиций на потребительское поведение молодежи

Допущена к защите  
Протокол № 41 заседания  
кафедры социальной  
психологии

« 1 » 05 2011 г.

от кафедрой

 Л.В. Финькевич

Научный руководитель  
кандидат психологических наук  
Азарёнок Наталья Валерьевна

Минск, 2011

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ «ЛИЧНОСТНЫЕ ДИСПОЗИЦИИ» И «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ»</b>	
1.1 Основные тенденции изучения социальных установок и ценностных ориентациях в зарубежной и отечественной психологии.....	8
1.2 Основные подходы к пониманию потребительского поведения личности.....	15
1.3 Анализ исследований личностных диспозиций и потребительского поведения молодежи.....	24
Выводы.....	30
<b>ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ЛИЧНОСТНЫХ ДИСПОЗИЦИЙ МОЛОДЕЖИ</b>	
2.1 Методология и построение исследования.....	32
2.2 Анализ результатов исследования потребительского поведения молодежи.....	39
2.3 Анализ результатов исследования личностных диспозиций молодежи, предпочитающей различные типы общественного питания.....	48
Выводы.....	55
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>58</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>60</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>65</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** В Беларуси за очень короткий период времени произошли значительные перемены в экономической, политической и социальной сферах. В ситуации рыночной экономики, когда приоритет отдается удовлетворению нужд потребителя, детальная проработка данной проблемы и приложение полученных результатов к хозяйственной деятельности необходимо для выживания и развития отечественных предприятий, специализирующихся в области рынка потребительских услуг, в частности касающихся вопросов общественного питания.

Молодежь, как правило, выступает основной целевой аудиторией в посещении различных типов общественного питания, новатором в области покупки и применения новых товаров. Кроме того, приверженность к определенному стилю жизни, определённому типу питания, сформированная в молодости, может остаться у потребителя на всю жизнь. Исследование молодежи в данном направлении представляет большое значение для построения эффективной маркетинговой политики.

Поведение человека как потребителя далеко не всегда определяется его демографическими параметрами. Возникает необходимость изучения более глубоких личностных характеристик, в первую очередь мотивов, ценностных ориентации, социальных установок, во многом определяющих потребительское поведение. Одним из ключевых понятий, используемых в социальной психологии для объяснения поведения, является понятие "личностные диспозиции".

Изучение социально-психологических аспектов потребительского поведения имеет не только научную, но и практическую ценность, поскольку позволяет отвечать на вопросы о причинах поведения потребителей и находить способы влияния на него.

**Разработанность проблемы.** Анализируя научные труды отечественных и зарубежных ученых, можно выделить следующие группы работ,

представляющих определенный интерес в свете поставленной проблемы исследования:

1) Различные факторы, влияющие на поведение потребителей, приведены в учебных пособиях по маркетингу Ф. Котлера и по поведению потребителей Дж. Энджела, Р. Блэкуэлла, П. Миниарда, а также отечественных авторов И.В. Алешиной, В.И. Ильина.

2) В рамках экономической психологии поведения потребителей посвящены работы Дж. Катона, П. Лунта и С. Ливингстона, Дж. Притайса, Дж. Кофи и других авторов, пытающихся соединить знания по психологии и экономике.

3) В последнее время стали появляться монографии, посвященные отдельным аспектам поведения потребителей, такие как разработка социально-психологической типологии потребителей. Данные вопросы отражены в работах С.М. Казанцевой, А.Л. Лукиной, И.Ю. Меренковой, однако подобных работ катастрофически мало, в основном исследования потребительского поведения проводятся коммерческими фирмами, результаты их лишь в общем виде и частично публикуются в журналах по маркетингу и рекламе.

4) Изучение проблем в области социальной психологии, направленных на объяснение и предсказание особенностей поведения индивида, приведены в работах В.А. Ядова, Д.Н. Узнадзе, С.Г. Елизарова, А.Г. Здравомыслова, О.И. Зотова, М.Н. Бобнева и др. Большинство этих работ направлено на изучение роли диспозиций в таких сферах деятельности как труд и досуг. Проблема влияния ценностных ориентации и социальных установок на потребительское поведение остается за рамками рассмотрения.

Таким образом, **актуальность и научная новизна** работы определяется недостаточными теоретическими и эмпирическими разработками и исследованиями в этой области, а также в объективной потребности

современного белорусского рынка в знаниях о ценностных ориентациях и социальных установках потребительского поведения молодежи.

**Практическая значимость:** знание личностных диспозиций и особенностей потребительского поведения молодежи позволит составить портрет потребителей различных типов питания, а это, в свою очередь, необходимо специалистам для правильного позиционирования данного вида услуг, разработки научно обоснованной маркетинговой и рекламной стратегии, построения эффективных коммуникаций с данным сегментом рынка. Полученные теоретические и эмпирические данные можно использовать в ходе лекций, семинаров и практических занятиях по дисциплинам «Экономическая психология», «Психология рекламы и маркетинга», «Психология потребителя» и др.

**Объектом исследования** выступают потребительское поведение молодёжи.

**Предмет исследования:** диспозиционные характеристики личности как факторы, определяющие потребительское поведение молодёжи (на примере различных типов питания).

**Гипотеза исследования:** потребительское поведение молодежи имеет особенности, обнаруживающие себя в специфике предпочтения различных типов питания, и зависит от личностных диспозиций.

**Цель исследования:** изучить потребительское поведение молодёжи и влияние на него личностных диспозиций.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировать существующие теоретические подходы к проблемам «личностных диспозиций» и «потребительского поведения» с целью операционализации данных понятий;
2. Обобщить теоретический и эмпирический опыт исследований, посвящённых потребительскому поведению, с целью разработки анкетного

опроса, направленного на изучение молодежи как потребителя в сфере услуг общественного питания;

3. Изучить потребительское поведение и личностные диспозиции молодежи;

4. Исследовать влияние личностных диспозиций на потребительское поведение молодежи.

#### **Методологическая основа исследования:**

1. Основой изучения личностных диспозиций молодежи послужили идеи диспозиционной концепции регуляции социального поведения В.А. Ядова, позволяющего определить их как фиксированную в социальном опыте предрасположенность воспринимать и оценивать условия деятельности, собственную активность и действия других, а также предуготовленность действовать в определенных условиях определенным образом.

2. Идеи В.В. Водзинского, Л.С. Комаровского, В.А. Ядова и др. о том, что диспозиции личности стремятся к согласованности.

3. Идеи М. Рокча о разделении ценностей на терминальные (убеждения в том, что конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться) и инструментальные (убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации).

4. Основой изучения потребительского поведения являлся маркетинговый подход, определяющий его как деятельность, направленную непосредственно на получение, потребление и распоряжение продуктами и услугами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними.

5. Построение анкетного опроса базировалось на положениях о специфике анкеты, принятые В.А. Ядовым (программная логика вопросов, учет специфики культуры и практического опыта, распределения вопросов по степени их трудности).

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

В основной диагностический комплекс вошли следующие методики.

1. Тест «Методика диагностики ценностных ориентаций М. Рокча»;
2. «Методика изучения рассогласования личностных диспозиций (МИРД - 1) М.А. Дыгуна»;
3. Анкетный опрос, направленный на изучение потребительского поведения молодежи.

**Структура дипломной работы:** состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и приложения.