

Гендерные аспекты потребительских предпочтений при выборе одежды

Азарёнок Н.В.¹, Гадилия А.М.²

¹ Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»

² Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

В статье осуществлен психологический анализ проблемы потребительских предпочтений. Описываются структура и содержание потребительского поведения и потребительских предпочтений в контексте регуляции и прогнозирования экономического поведения личности.

Цель научной работы – изучение особенностей и направленности потребительских предпочтений покупателей с учетом их биологического и социального пола.

Материал и методы. *Набор эмпирического материала осуществлялся на выборке реальных покупателей в торговом центре. Выборка составила 83 человека: 41 женщина и 42 мужчины в возрасте от 18 до 38 лет. В исследовании использовались следующие методики: «Исследование маскулинности-феминности личности» (С. Бем), «Психологический профиль потребителя» (О.С. Посыпанова), а также метод опроса.*

Статистическая обработка данных производилась с помощью прикладной программы «Statistica 6.0» (критерий Стьюдента и двухфакторный дисперсионный анализ).

Результаты и их обсуждение. *Проведенное исследование показало, что потребительские предпочтения являются сложным и многоплановым образованием, формирующимся под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, знание специфики действий которых дает возможность прогнозировать и регулировать экономическое поведение современных потребителей.*

Заключение. *В ходе исследования были получены данные, отражающие гендерные особенности экономического поведения современного потребителя.*

Ключевые слова: *социальное поведение, потребительское поведение, потребительские предпочтения, экономическое поведение, психологический профиль потребителя.*

Gender Aspects of Consumer Preferences when Choosing Clothes

Azarenok N.V.¹, Gadiliya A.M.²

¹ Educational Establishment “Belarusian State Pedagogical Maxim Tank University”

² Educational Establishment “Belarusian State Economic University”

This article gives a psychological analysis of the consumer preferences issue. It describes the structure and content of consumer behavior and consumer preferences in terms of regulation and prediction of economic behavior of a person.

The purpose of the research is the study of the characteristics and orientation of consumer preferences of consumers with regard to their biological and social gender.

Material and methods. *Collection of the empirical material was carried out on a sample of real consumers in a shopping Mall. The sample consisted of 83 people: 41 women and 42 men aged 18 to 38. The study used the following methodology: “the study of masculinity-femininity of personality” (S. Bem), “psychological profile of the consumer” (O.S. Posypanova) as well as the method of survey. Statistical data processing was carried out using “Statistica 6.0” software (Student’s t-test and two-factor analysis of variance).*

Findings and their discussion. *The analysis showed that consumer preferences are a complex and multidimensional structure, which is influenced by a number of external and internal factors, the knowledge of the action of which makes it possible to predict and regulate the economic behavior of contemporary consumers.*

Conclusion. *In the course of the study, data were obtained, which reflect the gender characteristics of economic behavior of the contemporary consumer.*

Key words: *social behavior, consumer behavior, consumer preferences, economic behavior, psychological profile of a consumer.*