

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДОРТМУНДСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА
УНИВЕРСИТЕТ ГАННОВЕРА
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ НАН БЕЛАРУСИ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ (МОСКВА)
РИЖСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
БАЛТИЙСКИЙ РУССКИЙ ИНСТИТУТ
ИНСТИТУТ ПОСЛЕДИПЛОМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ЯНКИ КУПАЛЫ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**Материалы VII международной
научно-практической конференции**



ООО «Мэджик Бук»

ООО «Мэджик Бук»
Минск 2006

УДК 338 24 + 339.138

ББК 65.050.8

Т 33

Рецензенты:

*д-р экон. наук, проф. **Медведев В.Ф.** (Беларусь),
хаб. д-р экономики, проф., **Ройш П.** (Германия),
хаб. д-р философии, проф. **Никифоров В.Е.** (Латвия),
д-р экон. наук, проф. **Борисевич В.И.** (Беларусь)*

Т 33

**Теория и практика менеджмента и маркетинга. Материалы VII
междун. науч-практ. конференции. Минск, 1-2 июня 2006 г. Под общей
редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. Мн.: ООО «Мэджик Бук», 2006.
–328 с.**

ISBN 985-6544-79-3

ББК 65.050.8

ISBN 985-6544-79-3

© ООО «Мэджик Бук», оформление, 2006

ВЛИЯНИЕ СРЕДЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В рыночной экономике в центре внимания находится потребитель. От его поведения на рынке зависит в значительной степени поведение предприятий, производящих и продающих товары, и достижение ими успеха на рынке. Одним из факторов, которые обуславливают и различают решения потребителей, является влияние престижа и боязнь его утраты.

Особое место в определении и укреплении общественного признания занимают покупки и потребление определенных благ, связанных со стилем жизни группы, в которой человек функционирует. Человек благодаря потреблению создает собственную репутацию, находит признание, производит положительное впечатление на других, обращает на себя внимание, демонстрирует успех.

Финансовые возможности личности идентифицируются с ее возможностями, профессиональным и общественным положением. Стандарт потребления является той целью, на которую потребители ориентируют свои потребности и решения о покупке.

Основными чертами современного рыночного поведения, приносящего общественное признание и престиж, являются: экономическая рациональность, общественное сознание, забота о здоровье, простота – натуральность, скромность, демонстративный индивидуализм.

Изменения в подборе престижных благ наблюдается все чаще и в Беларуси. Дифференциация престижного потребления проявляется особенно среди групп более образованных и с более высокими доходами, осуществляющих поиск новых форм приобретения престижа посредством качества и способа потребления. Проявление собственных экономических возможностей является все еще самым важным, но вместе с тем объединяется с демонстрацией рассудка и индивидуализма.

Потребление, стимулированное страхом утраты престижа, является тратой денег для поддержания признанного уровня жизни в среде, в которой человек живет. Намного сложнее сократить расходы и отвыкнуть от однажды достигнутого жизненного уровня, чем повышать его систематически согласно требованиям окружения.

Давление среды в стремлении к достижению признания является качественно иной, чем давление страха перед утратой признания в обществе. В результате последнего поведение человека является обремененным значительно большим напряжением, а в случае потребительского поведения часто наблюдается нерациональное и принудительное поведение, вытекающее уже не из непосредственной потребности, но из-за воздействия группы, в которой живет человек

Подверженность давлению внешней среды в борьбе за получение и удержание престижа осуществляется по определенным канонам поведения, которые можно назвать механизмами воздействия внешней среды. Это: подражание, влияние лидеров, соперничество и конкуренция, мода и выполнение требований.

Механизмы воздействия окружающей среды стимулируют и модифицируют поведение потребителей на рынке. В основе каждого из них лежат существенные потреб-

ности, необходимые для формирования образа собственной личности и картины мира, удовлетворение которых является необходимым для нормального функционирования человека и обеспечения его развития. Ими являются: потребность акцептации, безопасности, признания, достижений, избегание неудач. Человек подвержен влиянию среды, в которой он живет, исполняет ее требования и подчиняется плановым стратегиям воздействия, чтобы исправно функционировать как индивидуум и член общества.