

Секция «Экономическая социология и социальные технологии управления»

Влияние стиля жизни на потребительское поведение

Научный руководитель – Осеев Александр Александрович

Иванова Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: anastiva1211@gmail.com

В современном обществе стиль жизни играет значительную роль в формировании и изменении потребительских предпочтений и поведения.

Так перемены в экономике страны способствовали появлению новых видов деятельности, росту торговли, развитию рекламного рынка, расширению и ускорению процессов коммуникации, внедрению новых информационных технологий. Сегодня жизнедеятельность населения проходит в сформировавшемся обществе потребления, где претерпели изменения социальные нормы, ценности и установки, трансформировались модели поведения. Современное общество, по мнению социологов, вобрало в себя все черты общества потребления: растёт изобилие товаров и услуг, потребление организуется на основании мечты или желания, а не потребности, проявляется интерес к презентации своего имиджа, выработке своего жизненного стиля, товары используются для демонстрации своей принадлежности к определенной социальной группе.

Стиль жизни – это образ жизни людей, их ценности, убеждения, предпочтения и привычки, которые определяют их выбор товаров и услуг. Он может быть связан с уровнем дохода, социальным статусом, возрастом, полом, культурой и многими другими факторами. Исследование влияния стиля жизни на потребительское поведение поможет лучше понять, почему люди выбирают определенные товары и услуги, какие мотивы их ведут к покупкам, или, наоборот, отказу от них. Кроме того, стиль жизни является динамичным понятием, который изменяется со временем под воздействием внешних и внутренних факторов.

Исследование на данную тему поможет выявить тренды и тенденции стиля жизни в настоящее время, а также предсказать его развитие в будущем. Это будет полезной информацией для предприятий и организаций, которые хотят эффективно адаптироваться к изменениям и удовлетворить потребности своих потребителей.

Анализ жизненного стиля может вестись также в отношении конкретного продукта или услуги. Кроме того, анализ может охватывать образцы общего жизненного стиля населения региона - культурные традиции, национальные праздники. Жизненный стиль потребителя менее устойчив, чем ценности. Социологи и маркетологи должны видеть тенденции изменения жизненного стиля и отражать их в конкретных решениях - дизайне продукта, рекламе, системе распространения и в ценовой политике.

Интересной составляющей в исследованиях стиля жизни являются модели психографики. Таким образом, данное исследование имеет большую актуальность и важность для понимания современных потребительских предпочтений.

Источники и литература

- 1) Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. - СПб.: Экономическая школа. 2006.
- 2) Алешина КВ. Поведение потребителей. Учебное пособие. - М.: Фаир-Пресс, 2006.

- 3) Блэкуэлл Д.У., Энджел Дж.Ф., Миниард П.У. Поведение потребителей. - СПб.: Питер, 2007.
- 4) Бункина М.К., Семенов В.А. Экономика и психология. На перекрестке наук. - М., 2008.
- 5) Возьмитель, А. А. Образ жизни: теоретико-методологические основы анализа / А. А. Возьмитель, Г. И. Осадчая // Социологические исследования. – 2009. – № 8.
- 6) Залтман Дж. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш конкурент. - СПб.: Праймеврознак., 2006.
- 7) Рощина, Я. М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга / Я. М. Рощина // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8. – № 4.
- 8) Рощина, Я. М. Социология потребления / Я. М. Рощина. – М. : ГУ-ВШЭ, 2007.