

УДК 658.8.013

Влияние менталитета белорусов на потребительский выбор

Лончина С.Е.

Научный руководитель - доцент Володько О.М.
Белорусский национальный технический университет

Менталитет является одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на выбор потребителя. Его можно определить как подсознательную социально-психологическую программу поведения человека и нации в целом, проявляемую как в сознании, так и в деятельности людей. Сложности исследования менталитета определяются основными условиями формирования менталитета: природно-климатическими, геополитическими, социокультурными и социально-демографическими, и именно эти сложности привлекают внимание к категории «менталитет» в исследованиях представителей прикладных экономических наук.

Ментальные портреты белорусов и русских по данным социологических исследований определяются благодаря основным ментальным характеристикам: доминирующим, умеренным и слабоприсутствующим.

Потребительское поведение – важный социально-экономический феномен современного общества, отражающий характер потребления материальных благ.

Этапы принятия решения о покупке предполагают непрерывную связь между внешними (маркетинговая деятельность и социальная среда) и внутренними (восприятие, обучение, память, мотивы, личность, эмоции, жизненный стиль, знания) факторами, определяющими выбор и поведение потребителя.

Влияние менталитета на потребительское поведение белорусов существует как детерминированная зависимость «ментальная характеристика - акт потребления». Ментальные характеристики тесно взаимосвязаны с конкретными ситуациями потребительского выбора.

Именно по этой модели сделаны основные рекомендации по разработке стратегий маркетинга и бренд – стратегий белорусского бизнеса с учетом особенностей белорусского менталитета на основе исследовательской базы различных рынков товаров и услуг.