

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары – 17: «Қазіргі аграрлық ғылым: цифрлық трансформация» атты халықаралық ғылыми – тәжірибелік конференцияға материалдар = Материалы международной научно – теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 17: «Современная аграрная наука: цифровая трансформация», посвященной 30 – летию Независимости Республики Казахстан.- 2021.- Т.1, Ч.2 - С.195-197

Психология потребителя как сложный процесс анализа

*Балғынбеков А.
17-05, студент 4-го курса*

Одной из самых важных частей взаимоотношений людей друг с другом, является торговля, взаимоотношение в котором труд человека обменивается на необходимые ему ресурсы.

В древние времена люди сами отвечали за свои нужды, добывали еду, разводили скот, занимались земледелием и собирательством, но даже в древние времена существовало разделение труда, основным условием которого было “Кто не работает, тот не ест”. Люди занимались выживанием, каждое действие требовало силы и энергию, заботясь об основных потребностях, таких как: еда, вода, тепло, безопасность. Сейчас часть потребностей стала проще утоляемой, и у людей развились новые(второстепенные) потребности такие как: уют, досуг, общение и т.д.

На данный момент времени развилось множество отраслей технологий, основной смысл которых удовлетворить потребности человека. Для их развития нужны труды и знания людей, но сами технологии не дают тех ресурсов, что требуются человеку для жизни, и по данной причине разделения труда сформировался обмен ресурсами или иначе трудом человека.

Обмен ресурсами между людьми сформировал новую функцию в данной отрасли – маркетинг. Маркетинг отвечает за повышение продаж любого продукта. Путем изучения психологии людей, опросами, экспериментами, вырабатывались методы по улучшению продаж. Например, в психологии существует отдельная отрасль, называемаяся “Психология потребителя”, данная отрасль изучает человека как потребителя, выявляя особенности поведения, привычки, и особенности человеческой природы.

У потребителей в связи с их индивидуальностью есть особенность иррациональности действий, такие действия являются не предсказуемыми и в основном выполняются подсознательно. Из-за данной особенности определенной классификации не существует, но есть несколько часто встречаемых классификаций:

- Подражание – обычно происходит незаметно, связанно такое поведение с несколькими причинами, привычками человека повторять за другими, не уверенность в личном выборе, умственная усталость,

доверие к объекту подражания. Примером может служить закупка продуктов, если потребитель видит, что кто-то покупает определенный продукт, у него повышается к нему интерес, если же множество людей начнут закупать данный продукт, то высока вероятность покупки данного продукта и остальными потребителями.

- Внушение – происходит при помощи другого человека, если данный человек является авторитетным человеком, то слова и поведение данного человека могут повлиять на решение потребителя. Ярким примером такого поведения может служить Ситуация 29 января 2021г, когда Илон Маск(Глава Tesla и SpaceX) в социальной сети twitter написал о биткойне, после чего стоимость биткойна поднялась на 15%.
- Заражение – происходит путем передачи эмоционального состояния. Примером такого, являются мероприятия, проводимые для большого числа людей.

Согласно статистике 30% потребителей закупаются по плану, и 70% не планируют закупки. 80% закупок приходится за счет рекламы, и только 20% являются не подтвержденными рекламе.

Иррациональность человека не является чем-то особенным, она является общей составляющей всех людей, иначе говоря, иррациональный человек является обычным человеком, и наоборот, рациональный человек, является необычным человеком. Действия, мышления, цели человека являются особенными для каждого и в то же время, не являются чем-то удивительным. Мозг человека состоит из множества отделов, отвечающих за разные действия и решения.

Отдел мозга отвечающий за реакцию, будет отвечать на неожиданные, или не требующие внимания действия, словить летящий мяч, закрыть глаза, испугаться. Например, при быстрой смене разных картинок, вы точно сможете назвать что было на некоторых из них, паук, змея, собака, то есть то, что может вызывать опасность для вас.

Отдел мозга отвечающий за эмоции способен определить характер человека по мимике, речи, внешнему виду, и на основе этих характеристик составить мнение о человеке. Например, при первой встрече с преподавателем вы можете за несколько секунд определить, интересно вам будет на его уроках или нет.

Отдел мозга отвечающий за рационализацию на основе выше перечисленных факторов, делает свой вывод, данный отдел мозга является самым последним в цепи, а также самым медленным при принятии решений. От него и зависит окончательное решение. Если решение будет приниматься быстро без возможности нормального размышления, то оно приведет к более рациональному решению. Если к примеру отдел мозга отвечающий за эмоции не будет функционировать, то человек будет бес конца размышлять

над решением, так и не придя к выводу.

На основе всей информации можно прийти к выводу, что каждый человек является особенным и одновременно обычным, есть одинаковые схожести между людьми, но не все люди входят в одну классификацию, действуя по-разному и нестандартно. Недостаток информации в данной отрасли психологии приводит не к одному варианту действий а нескольким, потребитель это сложная система мыслей и решений, без возможности определенного обобщения. Привычки и культура развивались множество лет, и на их основе выработывалось особенный способ мышления, не сравнимый с другими.

Список литературы

1. <https://medconfer.com/node/11463>
2. <https://humanai.ru/blog/doklady/povedenie-potrebiteley>
3. <https://vc.ru/marketing/162469-koe-chto-o-psihologii-povedeniya-potrebiteley-chast-vtoraya>
4. <https://be5.biz/ekonomika/p007/24.html>
5. <https://lpgenerator.ru/blog/2016/03/17/psihologiya-potrebitelej-6-priemov-kotorye-nuzhno-znat>