

## **ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТУДЕНТОВ КАК ОСНОВЫ БУДУЩЕГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**

В экономической жизни постоянно идут процессы трансформации потребностей, хозяйственных связей, что требует от организаций перспективных прогнозов будущих тенденций, без которых бизнес не может развиваться. Анализ будущего поведения потребителей позволит предприятиям принимать более обоснованные решения и адаптировать свои стратегии под изменяющиеся рыночные условия. Поэтому для выработки рекомендаций, которые будут полезны бизнесу, был проведен опрос студентов, поскольку они имеют потенциальную способность оказать значительное влияние на экономику страны, потребительский рынок в будущем. Для студентов характерны быстрая реакция на социальные изменения, высокий уровень активности, более низкие доходы.

Одной из основных тенденций в Республике Беларусь является стремление к экономии. Так, по результатам опроса, проведенного Belretail, 65 % белорусов в 2022 г. прибегли к экономии [1]. Это является приоритетной моделью поведения, а другие модели (покупка б/у товаров, незапланированные покупки и т.д.) распространены значительно реже. Среди студентов наблюдаются те же тенденции: более 50 % стараются экономить.

Современные потребители все более осознанно подходят к выбору товаров с учетом уровня экологичности. По результатам нашего опроса около 75 % студентов учитывают экологичность товаров, но лишь треть из них готова платить более высокую цену за такую продукцию.

Финансовое планирование также становится важным аспектом потребительского поведения. Потребители все чаще осознают необходимость более продуманных покупок. Так, лишь менее 10 % респондентов не ведут учет своих расходов и доходов.

Бережливость и покупка товаров на распродажах и в секонд-хэндах также становятся более распространенной практикой поведения потребителей. По данным опроса, половина респондентов приобретают б/у товары время от времени и чаще, лишь четверть опрошенных не пользуются данной стратегией. Основными причинами покупки являются низкая цена и оригинальность ассортимента, а лишь потом — экологичность.

Более 96 % студентов покупают товары через интернет, что объясняется удобством и доступностью онлайн-покупок, а также широким ассортиментом товаров, возможностью совершать покупки в любое удобное время и сравнивать цены.

Значительная часть студентов (28,4 %) не приобретают белорусские непродовольственные товары из-за высоких цен и несоответствия ассортимента новым трендам. Следовательно, бизнесам необходимо работать не только над обновлением ассортимента, но и над установлением доступных цен и разработкой методов продвижения.

Таким образом, потребительские предпочтения студентов меняются в сторону осознанного потребления. Эти изменения требуют соответствующей адаптации со стороны компаний для удовлетворения новых потребностей и ожиданий покупателей. Формирование потребительских предпочтений студентов является одним из факторов, которые формируют будущую конъюнктуру рынка, поэтому бизнесу следует обратить внимание на данные тенденции уже сейчас.

### **Источник**

1. Как белорусы реагируют на кризис 2022 года [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/kak-belarusyi-reagiruyut-na-krizis-goda>. — Дата доступа: 05.11.2023.