

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК  
Кафедра психологии**

**ПОЗНЯК**  
Светлана Игоревна

**ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ  
СТРУКТУРЫ ЛИЧНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С РАЗЛИЧНЫМ  
ОТНОШЕНИЕМ К ДЕНЬГАМ**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
Фофанова Г.А.

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 42 страниц и включает 4 приложения и 37 использованных источника.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ДЕНЬГАМ, ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ, МОТИВАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ, ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ЛИЧНОСТИ, МОТИВАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С РАЗЛИЧНЫМ ОТНОШЕНИЕМ К ДЕНЬГАМ, ВЗАИМОСВЯЗЬ МОТИВАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ЛИЧНОСТИ И ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ.

**Объект** исследования дипломной работы – мотивационная структура личности потребителей. **Предмет** исследования дипломной работы – возрастные особенности мотивационной структуры личности потребителей с различным отношением к деньгам. **Цель исследования** – раскрыть возрастные особенности мотивационной структуры личности потребителей с различным отношением к деньгам. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, исторический метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: раскрыто понятие «отношение к деньгам», выявлено отношение потребителей к деньгам, определена мотивационная структура личности потребителей с различным отношением к деньгам; выявлены возрастные особенности мотивационной структуры личности потребителей с различным отношением к деньгам. Новизна полученных результатов. Результаты исследования расширяют и уточняют область существующих теоретических представлений о содержании и характеристиках отношений к деньгам. В результате проведенного исследования было установлено, что отношение к деньгам связано с возрастной динамикой. Исследование, проведенное в рамках дипломной работы, позволило выявить возрастные особенности мотивационной структуры личности потребителей с различным отношением к деньгам. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения, вносят вклад в изучение системы отношений личности. Материалы дипломной работы могут применяться в практике проведения тренингов по вопросам оптимизации отношения к деньгам, финансовом консультировании по управлению личными средствами, а также при проведении дальнейших исследований по сходной проблематике. Исследование мотивации поведения

потребителей может быть использовано организациям, производящим и реализующим товары и услуги, полезно в развитии принципов работы с потребителями, а также при разработке рекламной кампании и планов рекламных мероприятий. Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

## РЕФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 42 старонкі і ўключае 4 прыкладанні і 37 выкарыстаных крыніцы.

**КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ:** ДАЧЫНЕННІ СПАЖЫЎЦОЎ ДА ГРОШАЎ, УЗРОСТАВЫЯ АСАБЛІВАСЦІ СТАЎЛЕННЯ ДА ГРОШАЎ, МАТЫВАЦЫЙНАЯ СТРУКТУРА АСОБЫ, УЗРОСТАВЫЯ АСАБЛІВАСЦІ МАТЫВАЦЫЙНАЙ СТРУКТУРЫ АСОБЫ, МАТЫВАЦЫЙНАЯ СТРУКТУРА АСОБЫ СПАЖЫЎЦОЎ З РОЗНЫМІ СТАЎЛЕННЯМІ ДА ГРОШАЎ, УЗАЕМАСУВЯЗЬ МАТЫВАЦЫЙНАЙ СТРУКТУРЫ АСОБЫ І СТАЎЛЕННЕ ДА ГРОШАЎ.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы - матывацыйная структура асобы спажыўцоў. Прадмет даследавання дыпломнай работы - ўзроставыя асаблівасці матывацыйнай структуры асобы спажыўцоў з розным стаўленнем да грошаў. Мэта даследавання - раскрыць ўзроставыя асаблівасці матывацыйнай структуры асобы спажыўцоў з розным стаўленнем да грошаў. Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, гістарычны метады, а таксама частнанаучныя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (апытальны метады).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: раскрыта паняцце «стаўленне да грошаў», выяўлена стаўленне спажыўцоў да грошаў, вызначана матывацыйная структура асобы спажыўцоў з розным стаўленнем да грошаў; выяўлены ўзроставыя асаблівасці матывацыйнай структуры асобы спажыўцоў з розным стаўленнем да грошаў. Навізна атрыманых вынікаў. Вынікі даследавання пашыраюць і ўдакладняюць вобласць існуючых тэарэтычных уяўленняў пра змест і характарыстыках адносін да грошаў. У выніку праведзенага даследавання было ўстаноўлена, што стаўленне да грошаў звязана з узроставай дынамікай. Даследаванне, праведзенае ў рамках дыпломнай работы, дазволіла выявіць ўзроставыя асаблівасці матывацыйнай структуры асобы спажыўцоў з розным стаўленнем да грошаў. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення, ўносяць ўклад у вывучэнне сістэмы адносін асобы. Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў практыцы правядзення трэнінгаў па пытаннях аптымізацыі адносін да грошаў, фінансавым кансультаванні па кіраванні асабістымі сродкамі, а таксама пры правядзенні далейшых даследаванняў па падобным праблематыцы. Даследаванне матывацыі паводзінаў спажыўцоў можа быць выкарыстана арганізацыям, якія вырабляюць і рэалізуюць тавары і паслугі, карысна ў развіцці прынцыпаў працы з спажыўцамі, а таксама пры распрацоўцы рэкламнай кампаніі і планаў рэкламных мерапрыемстваў.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

## **GRADUATE THESIS SUMMARY**

This thesis consists of \_42\_ pages and includes 4 Appendixes and 37 sources.

**KEYWORDS:** CONSUMER ATTITUDES TO MONEY, AGE FEATURES ATTITUDE TOWARDS MONEY, MOTIVATIONAL STRUCTURE OF PERSONALITY, AGE FEATURES OF MOTIVATIONAL STRUCTURE OF PERSONALITY, MOTIVATIONAL STRUCTURE OF PERSONALITY CONSUMER WITH A DIFFERENT ATTITUDE TOWARDS MONEY, THE RELATIONSHIP OF THE MOTIVATIONAL STRUCTURE OF PERSONALITY AND ATTITUDE TO MONEY.

The object of research of the thesis work is the motivational structure of the personality of consumers. The subject of the research work is age features of the motivational structure of the personality of consumers with different attitudes toward money. The purpose of the research is to reveal the age features of the motivational structure of the personality of consumers with different attitudes toward money. Methodological basis of the thesis was constituted by general scientific methods (the method of analysis and synthesis, induction and deduction method), the historical method, and methods used in sociological research (polling method).

In the process of writing the thesis, the following results were obtained: the concept of "attitude to money" was discovered, the attitude of consumers to money was revealed, the motivational structure of the personality of consumers with different attitudes toward money was determined; Age features of the motivational structure of the personality of consumers with different attitudes toward money are revealed. Novelty of the results. The results of the research expand and refine the field of existing theoretical concepts about the content and characteristics of the relationship to money. As a result of the study, it was found that the relationship to money is associated with age dynamics. The research conducted within the framework of the thesis allowed to reveal the age features of the motivational structure of the personality of consumers with different attitudes toward money. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical application, contribute to the study of the system of personality relations. Materials of the thesis work can be applied in the practice of training on the issues of optimizing the attitude to money, financial advice for managing personal funds, as well as in conducting further studies on similar issues. The study of the motivation of consumer behavior can be used by organizations that produce and sell goods and services, it is useful in developing the principles of working with consumers, as well as in developing an advertising campaign and plans for promotional activities. The materials and results of the thesis were obtained on the

basis of reliable sources and independently conducted theoretical and practical studies.