

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра мовної та психолого-педагогічної підготовки

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 053 «Психологія»
за освітньою програмою «Психологія»
на тему: «Стратегії впливу на економічні рішення споживачів»

Виконавець:

студент 4 курсу 41 групи

Мозер Ернест Олександрович _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к. психол. н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Пундєв Володимир Васильович _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Стратегії впливу на економічні рішення споживачів є однією з найважливіших тем сучасної економічної науки. Дослідження в цій галузі стають все більш актуальними в контексті зростаючої конкуренції на ринку, динамічного розвитку технологій та змін споживацьких поведінок.

Основна мета дослідження полягає у вивченні та розумінні того, які стратегії впливу найбільш ефективні в різних контекстах, зокрема в залежності від цільової аудиторії, продукту чи послуги, етапу життєвого циклу товару та інших факторів. За результатами дослідження можуть бути запропоновані нові методи та підходи до маркетингу, які дозволять ефективніше впливати на споживачів та збільшувати продажі.

У рамках дослідження можуть використовуватися різні методи та інструменти, такі як соціальні мережі, рекламні кампанії, PR-стратегії, дослідження ринку та інші. Важливо також враховувати роль психологічних факторів в споживацькому поведінці, таких як емоції, стереотипи та вплив групової динаміки.

Дослідження стратегій впливу на економічні рішення споживачів має велике значення для бізнесу, оскільки це дозволяє підвищити ефективність маркетингових кампаній та збільшити продажі. Крім того, такі дослідження можуть бути корисні для держави, організацій громадського сектору та інших стейкхолдерів, які мають інтерес до підвищення рівня споживчої свідомості та захисту прав споживачів. Знання про те, які стратегії впливу на економічні рішення споживачів є найбільш ефективними, може допомогти виробникам і продавцям створювати більшість сприятливих умов для споживачів, підвищувати якість своїх товарів і послуг, та збільшувати задоволення від їх використання.

Наприклад, дослідження показують, що інтерактивні рекламні кампанії та реклама у соціальних мережах можуть бути дуже ефективними впливовими інструментами на покупців, які активно користуються мережами Інтернет. Реклама, яка базується на емоційних аспектах, таких як приголомшливі фотографії, зображення зірок і відомих особистостей, може також добре працювати.

Інші стратегії включають розробку продуктів, які відповідають певним потребам та забезпечують високу якість. Для підвищення ефективності таких стратегій, важливо використовувати правильні методи та інструменти дослідження ринку, які дозволяють зрозуміти потреби та очікування споживачів. Ці дослідження дозволяють розуміти, які стратегії є найбільш ефективними, а також як можна підвищити рівень споживчої свідомості та захисту прав споживачів.

Мета дослідження: вивчення стратегій впливу на економічні рішення споживачів та їх ефективності.

Об'єкт дослідження: економічні рішення споживачів.

Предмет дослідження: стратегії впливу на економічні рішення споживачів.

Методи дослідження: Методика акцентуації характеру та темпераменту особистості Леонгарда-Шмішека-Хойна (ЛШГ). Методика самооцінки ефективності Альберта Бандури. Тест "Тип особистості за К. Юнгом".

Питанням вивчення психології рішення та впливу на економічні рішення у своїх працях приділяли увагу: Л.І. Абалкін, Г.В. Ложкін, В. Л. Спасенников, Н. М. Комаровська, Дембицька, Я. Г. Запека, В. В. Куліков, А.І. Кітов, Г. Х. Попов, В. Г. Костаков, Р. Талер, Дж. Катона та багато інших.

Обсяг і структура роботи: Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний об'єм роботи – 75 сторінок, робота проілюстрована 2 малюнками та 1 таблицею. Список використаної літератури містить 55 джерел.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми роботи, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет, наукову новизну і методи дослідження.

У першому розділі розглядається актуальність стратегій впливу на економічні рішення споживачів. Також в першому розділі була описана значимість, цілі та задачі випускної роботи. Був зроблений теоретичний огляд літератури за темою випускної роботи та розглянуті психологічні аспекти проблеми. Було проведено огляд психологічних методик, що використовуються для дослідження проблеми.

У другому розділі «емпіричне дослідження стратегії впливу на економічні рішення споживачів» були описані методики дослідження, опис вибірки використовуваних інструментів для збору та аналізу даних. Оцінка достовірності дослідження. Наостанок був проведений аналіз даних та обробка отриманих результатів.

Результати нашого дослідження дають підстави для того, щоб стверджувати, що вивчені методики можуть бути корисними для маркетологів при розробці стратегій маркетингу та комунікації зі споживачами. Зокрема, враховуючи результати методики Бандури, маркетологи можуть бути більш уважними до того, якими моделями поведінки споживачів користуються при прийнятті рішень про покупку. Також маркетологи можуть використовувати знання про соціальні та психологічні фактори, що впливають на поведінку споживачів, для створення більш ефективних маркетингових комунікацій.

ВИСНОВКИ

Результати нашого дослідження можуть мати практичну користь для компаній, що прагнуть розвиватись на ринку. Знання про особистісні характеристики споживачів може допомогти їм у визначенні найбільш ефективних стратегій маркетингу та впливу на цільову аудиторію. Наприклад, якщо компанія знає, що її цільова аудиторія має сильні індивідуалістичні орієнтації, вона може створити рекламну кампанію, яка буде спрямована на підкреслення особистого успіху та досягнень.

Також результати нашого дослідження можуть бути корисними для подальших наукових досліджень в галузі маркетингу та психології. Використання різних методик для вивчення споживацьких поведінок може

допомогти в розумінні більш глибоких механізмів, які керують поведінкою споживачів.

Отже, наше дослідження дозволило нам отримати важливі дані про вплив особистісних характеристик на економічні рішення споживачів. Ці дані можуть мати значення для компаній, що прагнуть розвиватись на ринку, а також для подальшого наукового дослідження в цій галузі.

Отже, стратегії впливу на економічні рішення споживачів є важливим аспектом в сучасному бізнесі та маркетингу. Розуміння того, які стратегії є найбільш ефективними, дозволяє підвищувати рівень продажів, задоволення клієнтів, та підвищувати прибуток компаній. Знання про ці стратегії дозволяє бізнесу розробляти більшість сприятливих умов для споживачів, підвищувати якість своїх товарів і послуг, та збільшувати задоволення від їх використання.

Важливо також зазначити, що зростаючий рівень споживчої свідомості та захисту прав споживачів є ключовим фактором, який впливає на вибір стратегій впливу. Виробники та продавці повинні бути уважними до потреб та очікувань споживачів, та розуміти їхні вимоги. Правильне використання інструментів та методів дослідження ринку може допомогти в більш ефективному виборі стратегій.

Загалом, дослідження стратегій впливу на економічні рішення споживачів є важливим напрямком в бізнесі та маркетингу. Розуміння та використання ефективних стратегій впливу дозволяє підвищувати конкурентоздатність компаній та забезпечувати задоволення та відданість клієнтів.

Однак, важливо пам'ятати про етичний аспект використання стратегій впливу. Наприклад, використання маніпулятивних та обманюючих методів може призвести до негативних наслідків, які зможуть вплинути на репутацію компанії. Тому важливо дотримуватись етичних принципів в процесі розробки та використання стратегій впливу.

Також важливо пам'ятати про постійну зміну ринкових умов, яка вимагає постійного аналізу та оновлення стратегій впливу. Нові технології та зміни у споживчих поведінках можуть впливати на ефективність стратегій, тому важливо залишатись на шляху розвитку та постійно вдосконалювати підходи до впливу на споживачів.

Загалом, вивчення стратегій впливу на економічні рішення споживачів є актуальним і важливим напрямком для бізнесу та маркетингу. Розуміння та використання ефективних стратегій може допомогти компаніям підвищувати продажі та задоволення клієнтів, однак важливо дотримуватись етичних принципів та постійно адаптуватись до змін ринкових умов.

Таким чином, мета та завдання дослідження є досягнутими.