

Авторська довідка (кваліфікаційної роботи магістра)

Назва кваліфікаційної роботи магістра: психологічні аспекти впливу на поведінку

споживача в сфері торігвлі

назви записувати нижнім регістром (як у реченні)

Назва (англ.): psychological aspects of influence on consumer

behavior in trade

переклад англійською

Освітній ступінь : магістр

Шифр та назва спеціальності: 053 психологія

напр.: 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології

Екзаменаційна комісія: Екзаменаційна комісія № 62

напр.: Екзаменаційна комісія №1

Установа захисту: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

напр.: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Дата захисту: 21.12.2022

Місто: Тернопіль

Сторінки:

Кількість сторінок роботи: 68

УДК: 159.9

Автор роботи

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Берекеля Вікторія Володимирівна

розкривати ініціали

Прізвище, ім'я (англ.): Berekelia Viktoriia

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце навчання (установа, факультет, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя факультет економіки та менеджменту
Тернопіль Україна

Керівник

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Періг Ірина Мирославівна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.): Perig Iryna

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя факультет економіки та менеджменту
Тернопіль Україна

Вчене звання, науковий ступінь, посада: кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Рецензент

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Мосій Ольга Бориславівна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.): Mosiy Olha

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя факультет економіки та менеджменту
Тернопіль Україна

Вчене звання, науковий ступінь, посада: кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування

Ключові слова

українською: психологічний вплив, психічний примус, поведінка споживачів, маніпуляція, попит споживачів, споживання

до 10 слів

англійською: psychological impact, psychological coercion, consumer behavior, manipulation, consumer demand, consumption

до 10 слів

Анотація

українською: у роботі аналізується актуальність бізнес-пропозицій, визначаються проблеми психологічного характеру, виділяються основні напрями досліджень психології споживання. Аналізуються фактори, що впливають на поведінку споживача, встановлюються фази поведінки споживачів, визначаються фундаментальні принципи, що лежать в основі людської поведінки. Дослідження показали, що зростання доходів збільшує ірраціональність споживчої поведінки. Те ж саме стосується і зростання освіти споживачів, їх інтелектуального рівня. Спостереження за жінками показують, що покупки часто здійснюються не за заздалегідь складеним списком (70% жінок), а імпульсивно - під впливом різноманітності товарів. За результатами опитування, 68% респондентів звертають увагу на рекламу, що свідчить про те, що реклама має важливе значення в житті людини, що вона стала комунікацією і що вона міцно увійшла в усі сфери суспільного життя. Гендерні відмінності характеризуються більшою потребою в рекламі 49% жінок, ніж чоловіків 30%, що свідчить про бажання володіти інформацією про рекламний ринок за однакових умов, жінки швидше сприймають ринкові нововведення та є більш адаптивними. Аналіз результатів дослідження показав, що функція реклами полягає в тому, щоб впливати на людину з метою придбання нею певного рекламованого товару. Поєднуючи свою інформативність та переконливість, реклама здійснює емоційний та психічний вплив на людину (товар помічають, купують, застосовують у повсякденному житті, використовують в особистих цілях). У маніпулятивних цілях, особливо все менш етичного характеру, реклама і мерчандайзинг використовуються як основні засоби впливу в комерційному процесі.

200-300 слів

англійською: the work analyzes the relevance of business proposals, identifies the problems of psychological nature, identifies the main areas of research in the psychology of consumption. The factors influencing consumer behavior are analyzed, the phases of consumer behavior are established, the fundamental principles underlying human behavior are determined. Studies have shown that the growth of income increases the irrationality of consumer behavior. The same applies to the growth of consumers' education, their intellectual level. Observations of women show that purchases are often made not according to a pre-compiled list (70% of women), but impulsively - under the influence of a variety of goods. According to the results of the survey, 68% of respondents pay attention to advertising, which indicates that advertising is important in human life, that it has become a communication and that it has firmly entered all spheres of public life. Gender differences are characterized by a greater need for advertising 49% of women than men 30%, which

indicates the desire to have information about the advertising market under the same conditions, women are more likely to perceive market innovations and are more adaptable.

The analysis of the research results showed that the function of advertising is to influence a person to purchase a certain advertised product. Combining its informativeness and persuasiveness, advertising has an emotional and mental impact on a person (the product is noticed, bought, used in everyday life, used for personal purposes).

For manipulative purposes, especially of less and less ethical nature, advertising and merchandising are used as the main means of influence in the commercial process.

200-300 снів