

## Співставлення психологічних та економічних закономірностей споживчої поведінки

Розподіл закономірностей поведінки на психологічні та економічні є доцільним, оскільки, згідно з **економічними** закономірностями, *приймаються рішення щодо придбання продукції*, натомість **психологічні** особливості *детермінують бажання купівлі*.

Економічні чинники споживання обумовлюються психологічними закономірностями, а психологічні закони залежать від рис особистості та параметрів ринкової комунікації.

Сьогодні, в практичній діяльності використовуються співставлення економічних і психологічних закономірностей аналізу споживчої поведінки, які ми наводимо та пояснюємо далі.

Закономірності	
Психологічні	Економічні
1. Ефект алло	1. Загальна закономірність споживання Енгеля
2. Логічна помилка	2. Перший закон Енгеля
3. Закон Вебстера	3. Розширений закон Енгеля (закон Енгеля – Шваба/Райта)
4. Помилка Паралаксу	4. Другий закон Енгеля
5. Оцінка фізичних атрибутів	5. Категорія капіталу вільного розпорядження Катони
6. Закон Майєра	6. Закон Райта
7. Стереотипізація	7. Закон Сіні
8. Закон ефекту Торндайка	8. Закон Паретто
9. Закон Гампертона	9. Закон Метьюза
10. Закон Рудіна	10. Закон суб'єктивної вартості грошей Буффона
11. Ефект сполучення Лейбенштейна	11. Повторюваність попиту і витрат
12. Снобістський ефект Лейбенштейна	12. Закон попиту Маршалла
13. Ефект кислого (зеленого) винограду Ельстера	13. Парадокс Гіффена
14. Ефект забороненого плоду Ельстера	14. Ефект демонстрації
15. Ефект навмисного планування властивості Фрея	15. Ефект зрушення, шоку і звикання Дюсенберрі
16. Ефект придбання Талера	16. Парадокс Веблена

17. Ефект пізнавального дисонансу Фестінгера	17. Закон (ефект) Кінга
18. Закони Шеллінга:	18. Ефект Шеферда (трансмисії торгового сектора)
18.1. закон самоздійснення	19. Категорія комплементарності
18.2. закон самопідтримки	20. Категорія заміщення
18.3 закон самозаперечення	21. Ефект заміщення Маршалла
18.4. закон самоврівноваження	22. Ефект Фішера
18.5. закон самопідтвердження	23. Прибутковий ефект зміни цін Хікса
19. Закон споживчої конкуренції	24. Спекулятивний ефект
	25. Фази розвитку споживання

### Використана література:

1. Яковенко Р. В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.
2. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Роман Яковенко. – [Вид. 2-ге, випр.]. – Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.
3. Яковенко Р. В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб / Роман Яковенко. – Кіровоград : „Поліграф-Сервіс”, 2009. – 120 с. : іл.

**Р. В. ЯКОВЕНКО,**  
к.е.н., доцент