

УДК: 316.4

JEL Classification: B19

Сінковська Вікторія Миколаївна

ID ORCID: 0000-0002-7057-868X

доцент кафедри маркетингу

Національний університет «Одеська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У ВИВЧЕННІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

У статті розглянуто економічну психологію як окрему науку, поява якої істотно вплинула на методології вивчення поведінки споживачів, перш за все, розширивши методологічні можливості та аспекти дослідження. Проаналізовано хронологію розвитку економічної психології, наведені основні причини та передумови виділення її в окрему науку. Виділені особливості міждисциплінарних зв'язків, принципи, які діють в межах економічної психології. В статті детально згруповані основні переваги існування економічної психології та особливості досліджень в межах науки.

Ключові слова: психологія, методи дослідження, економічна психологія, поведінка, фактори, моделі дослідження.

DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.9

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Останні роки активно відроджується і поновому розвивається економічна психологія як галузь психологічної науки. Інтенсивність розвитку будь-якої галузі знання, у тому числі й економічної психології, не може залежати від однієї групи причин, оскільки такі найскладніші явища в науці завжди мають безліч факторів, що їх визначають. Головна з причин інтенсивного розвитку укладена в соціально-економічному стані українського суспільства в 90-ті роки, в його практичних потребах до різних галузей науки, в тому числі економічної психології. Актуальність її розвитку визначалася практичними причинами.

Звичайно, пояснюючи феномен інтенсивного розвитку вітчизняної економічної психології, ніяк не можна применшувати значення й інших причин, а саме: 1) внутрішні а) стан внутрішньої готовності та можливостей самої психологічної науки: теоретичних (концептуальних), методичних (інструментальних), практичних, наявності професійно підготовлених фахівців і т.п. – це стосується внутрішньопсихологічних причин; 2) зацікавленості інших наук, але насамперед економічної науки, у отриманні додаткових фактів, закономірностей, пояснювальних схем для вирішення питань, суміжних з психологічною наукою, її затребуваності фахівцями з інших галузей наукового знання – це зовнішньопсихологічні причини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спирається автор. Перші згадування економічної психології в науковій літературі з'явилися на початку XX ст. (У 1902 р. вийшла двотомна робота під назвою «Економічна психологія» Р. Гарда).

© 2022 The Authors. This is an open access article under the CC BY license
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

У літературі попередниками економічної психології є А. Сміт, Дж. Кейнс, Райзенберг Б.А.[5,6]. Серед вітчизняних вчених, що значну увагу приділяють економічній психології, наступні: М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа, Орбан-Лембрик Л. Е., М.А. Окландер, А. Чухно.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Положення економічної психології у системі психологічної науки поки дуже слабо відрефлексовано професійною спільнотою, зберігаються невіршеними багато питань теоретичного змісту, що зазвичай супроводжують становлення будь-якої нової галузі психологічного знання і потребують досить тривалих періодів для свого рішення. Найбільш гостро обговорюється питання про співвідношення економічної психології із соціальною психологією. Слід особливо відзначити, що в цьому є деяка більш загальна закономірність виникнення та становлення цілого ряду сучасних галузей психологічної науки, тому що подібні ж обговорення точаться навколо статусу організаційної, історичної, політичної, кроскультурної психології та ін.

Нині професійне осмислення цього питання перебуває в такому стані, коли ще зарано стверджувати єдиний варіант як принципово вірний або якийсь із їх повністю заперечувати як невірний. Фактично наукова дискусія про статус економічної психології не завершена. Певна «розмитість» розуміння сутності, особливості та відмінностей саме психологічної економіки від класичної психології потребує детального пропрацювання та затвердження базових засад, що ідентифікують наукову галузь.

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою даної статті є розкриття сутності, історії виникнення та основного понятійного апарату економічної психології.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У світовому багажі знань вже давно існували дві науки, економічна теорія та психологія, які з початку двадцятого століття перебували в близькому просторі. Однак нової суміжної науки «економічної психології» чи «психологічної економіки» не виникало. Проте шляхи двох наук періодично перетиналися. У ряді прикладних економічних дисциплін, насамперед пов'язаних із рекламою, управлінням, організацією праці, стали поступово виявлятися елементи психологічного аналізу.

У другій половині ХХ століття потреба у формуванні повноцінної, міждисциплінарної науки стала очевидною. Економічна практика дедалі частіше свідчила, що ділове життя, в якому побудова відбувалася в основному з урахуванням раціональних установок, все більше піддавалося та пояснювалося емоційним та психологічним чинниками, які іноді грають вирішальну роль. Врешті решт це призводить до того, що чимало економічних рішень приймаються з урахуванням емоційної оцінки, яка програвала іноді логічній оцінці.

У суспільстві постійно наростало прагнення пізнати закономірності формування психологічної орієнтації, установок партнерів, що взаємодіють. Інтерес був звернений до таких явищ, як відчуття, інтуїція учасників угод, їхнє розуміння себе та оточуючих, вміння вирішувати конфлікти. Все важливіше ставало завдання передбачити можливу необачність, непередбачуваність чи несподіваність у поведінці партнерів і конкурентів. Практичні та суто наукові потреби стали причиною поступового формування єдиної дисципліни – економічної психології.

Економічна психологія, виступаючи у вигляді цільної науки, дозволила глибше розуміти вплив психологічного чинника у мікроекономічних та у макроекономічних

процесах. Оскільки формування економічної психології як єдиної науки ще не завершено, неминуче виникають певні методичні складнощі у питанні позначення предмета дослідження. Насамперед слід визнати той факт, що існує два підходи до цієї дисципліни. Їхня відмінність полягає в масштабності позицій: вплив психологічних факторів на господарське життя можна аналізувати, використовуючи мікро- або макроекономічний ракурс.

Деякі зарубіжні автори запропонували ідею про розумність домінуючої ролі психологічного параметра (психологічний економікс або біхевіористський, тобто поведінковий економікс). Це було бажанням відійти від сильної орієнтації на побудову моделей, оскільки економічна реальність включає безліч психологічних змінних, відобразити які з допомогою моделей неможливо.

Підхід, прихильники якого вважають краще позначати стик двох наук виразом «економічна психологія», виявився найпопулярнішим серед дослідників. Він орієнтується на конкретно-аналітичний аналіз економічних явищ. У розвитку спостерігалось кілька етапів, що відображають зміну поглядів.

I етап пов'язаний з ім'ям французького вченого Р. Тарда. 1902 р. вийшла його двотомна робота під назвою «Економічна психологія». Він висунув свій підхід як альтернативу австрійській школі економічної теорії. Остання визначала себе як «психологічна школа». Однак нею використовувані методи мали певну специфіку: економічний аналіз не передбачав виходу на емпіричну психологію. У науковий обіг ними було запроваджено концепцію граничних величин, що передбачала розгляд економічних явищ з урахуванням психологічного підтексту. Особливості методологічного підходу Тарда полягали в тому, що йому вдалося закласти основи соціально-орієнтованої психології економічного життя. Зародившись у Франції, нова наука поширилася на початку ХХ століття та у Німеччині. Батьком економічної психології був Х. Мюнстерберг. Спираючись на традиції Лейпцизького дослідника В. Вунда, він вивчав переважно сферу мікроекономічних проблем, наприклад, питання монотонності праці, її організації, ступеня справедливості оплати, аналіз ефекту реклами в економіці Німеччини.

II етап розгорнувся у США та Франції у 50-ті роки. Він пов'язаний з іменами двох вчених: Г. Катони, та П. Ренольда. Його особливість полягала у використанні дослідниками психологічних підходів стосовно макроекономіки. Це економічна поведінка споживачів та підприємців. Було запропоновано варіант класифікації економічної поведінки: імпульсивна і традиційна (тобто звична). У теоретичних побудовах були застосовані нові показники, наприклад, «індекс споживчого почуття», функціональна роль якого виражалася в здатності дати характеристику психологічного стану споживачів.

Основна мета економічної психології – вивчення економіко-психологічних явищ у сукупності: економіко-психологічні процеси, стани та властивості різних суб'єктів. Однак, незважаючи на величезне різноманіття таких явищ, головні серед них – це феномени економічної свідомості та економічної поведінки та відповідні їм основні поняття, що використовуються в економічній психології.

Економічна свідомість – приватна форма індивідуальної чи групової свідомості, що полягає в різних формах знання індивідуального та групового суб'єкта про різні економічні об'єкти та його ставлення до цього знання.

До основних феноменів індивідуальної та групової економічної свідомості, які вивчаються в сучасній економічній психології, належать такі:

- соціальні уявлення про економічні об'єкти, як реальних, так і ідеальних;

- ставлення до економічних об'єктів, а також думки та судження про них, їх оцінки тощо;
- соціальні установки, стереотипи та забобони, пов'язані з економічними об'єктами;
- усвідомлювані емоції, почуття та загалом переживання, пов'язані з економічними об'єктами;
- феномен соціальних очікувань, передбачення, прогнозу економічних змін.

Підставами побудови структури економічної психології та визначення кола її основних проблем може виступати виділення основних сфер економічної життєдіяльності та відповідних їм видів економічної поведінки індивідуальних та групових суб'єктів: виробничого, підприємницького, споживчого, зберігаючого та ін. У такому випадку у найбільш загальному вигляді слід виділяти:

1) економічну психологію макрорівня, в якій представлені дослідження економічних суб'єктів такого масштабу, як держава, великі соціальні групи та такі макроекономічні явища, як економічна політика, економічний добробут країни тощо. У центрі уваги тут виявляється сфера економічних відносин індивіда та суспільства, соціально-психологічні характеристики представників великих соціально-економічних груп (підприємців, найманих працівників, безробітних тощо) та економіко-психологічні характеристики великих соціальних груп (етнічних, демографічних тощо).

Окремими проблемами дослідження тут можуть виступати: психологічні механізми економічної поведінки громадян стосовно економічної політики держави, психологічні проблеми відносин власності, інфляції, безробіття, тіньової економіки, багатства та бідності тощо.

2) мезосоціальний рівень. В межах цього аналізу є економічні суб'єкти: окремі підприємства та фірми, населення конкретних регіонів з властивими їм соціально-психологічними особливостями. Як відносно самостійна тут виділяється сфера бізнесу, де центральне місце займають дослідження різних видів ділової активності суб'єктів найманої праці та підприємництва.

3) мікросоціальний рівень. Суб'єктами економічної активності виступають окремі індивіди та малі групи. Важливим об'єктом емпіричних досліджень на цьому рівні виступає сім'я та економічна поведінка індивіда та групи у побуті. У центрі уваги тут опиняються проблеми споживчої та заощаджувальної поведінки громадян, прийняття рішень у сфері сімейного бюджету, а також проблема економічної соціалізації дітей у сім'ї. Також, самостійним напрямом емпіричних досліджень на цьому рівні виступає вивчення психологічних закономірностей взаємодії та взаємовідносин продавців та покупців у процесі купівлі-продажу та ін.

Економічна поведінка передбачає різні форми активності індивідуального і групового суб'єкта, що зовні проявляються, по відношенню до різних економічних об'єктів. Найважливіші серед них:

- реальний вибір форми економічної активності (найманої праці, колективної форми власності, підприємництва тощо);
- реальна економічна активність з її численними змістовними та формально-динамічними психологічними характеристиками;
- різні форми економічної поведінки: споживчої, заощаджувальної, інвестиційної тощо.

В сучасній науковій літературі все частіше використовується поняття «економічна (або господарська) активність» та її змістовний синонім «економічна життєдіяльність».

Принципи економічної психології:

1) принцип культурно-історичної обумовленості економічної життєдіяльності (закономірності економічної поведінки є абсолютно універсальними, позаісторичними; психологічні особливості економічної поведінки мають культурно зумовлений характер і визначаються особливостями історичного розвитку спільності; емпіричними підставами цього принципу виступають, з одного боку, результати численних кроскультурних досліджень організаційної, споживчої фінансової та інших видів економічної поведінки, а з іншого – дослідження динаміки соціально-психологічних явищ в умовах радикальних соціально-економічних змін);

2) принцип суб'єктності (людина виступає не пасивним об'єктом економічних впливів та впливів економічних умов, а є активним суб'єктом, що реалізує різні види економічної поведінки, що вступає в економічну взаємодію та економічні відносини з іншими економічними суб'єктами (індивідуальними та груповими). Основні ознаки суб'єктності: активність, свідомість дії, цілісність та вибірковість; принцип діалектичної єдності (а не тотожності) свідомості та поведінки економічних суб'єктів передбачає можливість не тільки подібності, узгодженості, а й відмінностей, протиріч між економічною поведінкою суб'єкта та його свідомістю.

3) принцип взаємного зв'язку та взаємного впливу економічних та соціально-психологічних явищ (наявність взаємодії економічних та соціально-психологічних факторів у детермінації психологічних явищ, пов'язаних з відображенням різних сторін економічного життя та регулюванням економічної поведінки суб'єктів)

4) принцип єдності теорії, експерименту (емпіричного дослідження) та практики стосовно економічної психології (тісний зв'язок розвитку теорії економічної психології як з проведенням емпіричних, у тому числі експериментальних, досліджень, так і з практичною психологічною діяльністю в різних сферах економічного життя).

Методи дослідження:

1) лабораторні експерименти (різні економічні ігри);

2) польові дослідження, що проводяться в природних умовах.

У прикладній галузі економічної психології також існують два головні напрями: консультування фірм та окремих клієнтів з конкретних проблем, навчання та підготовка керівників та фахівців у галузі економічної психології. Як самостійний напрям прикладної психології активно формується психологія бізнесу, в рамках якої практичні психологи відпрацьовують методи і технології прикладної економічної психології.

Взаємозв'язок економічної свідомості та економічної поведінки.

Перелік явищ і понять, які можна визначити як економіко-психологічні, надзвичайно широкий та різноманітний. Їх можна об'єднати у великі групи:

1) феномени економічної свідомості;

2) феномени економічної поведінки й відповідні їм основні поняття, що використовуються в економічній психології.

Задля посилення уваги до економічної психології слід навести твердження щодо співвідношення економічної та соціальної психології.

1. Економічна психологія є окремим розділом прикладної соціальної психології. У економічній психології не породжуються будь-які нові закономірності соціальної поведінки, а приватні і конкретні форми реалізують загальні соціально-психологічні закономірності.

2. Економічна психологія є і теоретична, і практична галузь соціальної психології, вона розробляє теорію та практику економічної поведінки людей (індивіда та соціальних груп) як конкретної форми соціальної поведінки, але має велику специфіку. Тому знання загальних закономірностей соціальної поведінки сприяє розумінню економічної

поведінки, але недостатньо для того, щоб точно його описати і тим більше адекватно його пояснити. Саме тому в економічній психології формуються спеціальні теоретичні, і практичні проблеми, що вимагають спеціальних розробок за допомогою дослідницьких методів, які також мають свою специфіку.

Таким чином, економічна психологія, формуючи свій понятійний апарат, доповнює та суттєво розвиває систему понять соціальної психології.

Становлення та розвиток економічної психології як щодо самостійної галузі психології, природно, стало можливим завдяки використанню наукових напрямів з її «материнських», тобто наук, що її породили. Однак цей процес досить швидко (і це також природно) перестає бути одностороннім, а поступово переходить у процес взаємного збагачення.

По-перше: дослідження в галузі економічної психології сприяють вирішенню фундаментальної проблеми всієї психологічної науки – соціально-економічної детермінації психології та, зокрема, свідомості людини та її різних спільнот. Питання про те, якою мірою різні психологічні компоненти людини як індивіда, особистості, суб'єкта діяльності та індивідуальності визначаються матеріально-економічними умовами його життєдіяльності – це традиційне для психологічної науки питання, яке обмежувалося філософсько-методологічним аспектом його аналізу, характерним для тривалого розвитку психології стає безпосереднім предметом спеціально організованих досліджень саме в економічній психології. Таким чином, розробка психоекономічної проблеми вкрай важлива для глибшого розуміння психології сучасної людини, закономірностей її функціонування та розвитку, а також для просування у розумінні ролі соціально-економічних чинників у формуванні цих найскладніших явищ.

По-друге: економічна психологія суттєво збагачує психологічну науку тим, що вводить у науковий обіг та змістовно розробляє цілу низку нових для психології понять, без яких неможливо повною мірою описати та уявити психологічну природу людини. Серед таких понять і, відповідно, досліджуваних феноменів, які стоять за ними, можна було б назвати великий їх ряд: економічна поведінка та економічна свідомість, власність та власник, багатство та бідність, грошові установки та користь, вигода та розрахунок, а також багато іншого, що в сукупності може скласти найважливішу економіко-психологічну характеристику людини та різних соціальних груп.

По-третє: реальне взаємне збагачення відбувається і у розвитку методичних засобів дослідження в економічній психології, адже настільки інтегрально використовуються як суворі експериментальні дослідження, так і методи якісного аналізу та різні варіанти застосування програм, заснованих на комбінуванні якісно-кількісних методів.

Саме завдяки цьому розвиток економічної психології добре ілюструє принципові можливості об'єднання різного типу методів дослідження та інтеграції різних типів знання, хоча в даний час тенденція у розвитку методів така, що найбільш інтенсивно вдосконалюються прийоми та методи якісного дослідження.

Особливості економічної психології:

1) Економічна психологія, користуючись загальнопсихологічною теорією, що «постачає» економістам такі додаткові психологічні відомості про людину, які дозволяють багато в чому пояснити закономірності її економічної поведінки, а нерідко, саме завдяки психологічним відомостям, вносити корекції у виведені економічних закономірностей. У цьому відношенні найбільш корисними виявляються психологічні дані про процеси індивідуального або групового прийняття рішень, мотиваційної структури людини, взаємозв'язки та взаємні впливи різних психологічних компонентів:

потреб, мотивів, характеру, здібностей, спрямованості тощо. Саме результати економіко-психологічних досліджень дозволили економістам зрозуміти природу нераціональної економічної поведінки та в цілому розробляти та включати в економічні моделі фактор «нераціональної людини».

2) Економічна психологія сприяє виявленню реальної ролі економічних умов, чинників, феноменів тощо. у життєдіяльності людини, що вивчаються економічною наукою, головним чином економікою людини. Економіко-психологічні дослідження показують, що між соціально-економічними умовами (факторами) або економічним середовищем та реальною економічною поведінкою людини існують опосередковані фактори у вигляді численних системно організованих психологічних феноменів (психологічних факторів), які впливають і на економічну поведінку, та формування економічних умов, стан економічного середовища. Тому психологічні фактори дуже важливо враховувати в економічних розробках.

3) Виникнення економічної психології як певної «зони» інтеграції економістів і психологів є цікавим соціально-психологічним феноменом, адже поєднуються фахівці з дуже різними професійними менталітетами, системами наукових уявлень. Розроблені та пропонувані економістами умови та механізми реально спрацьовують лише на частину людей, що характеризуються певною структурою мотивації, системою цінностей, спрямованістю особистості чи групи. А в інших категорій працівників може спостерігатися пряма відмова або помірна реакція – небажання працювати у пропонованих економічних умовах, небажання великих доходів чи прибутку, якщо вони, наприклад, пов'язані з підвищеними ризиками чи пов'язані з напруженим, тим паче тривалою працею тощо.

4) Психологічна парадигма у дослідженнях передбачає обов'язково багатofакторну систему пояснень однієї і тієї ж форми поведінки в тих самих умовах, але різних людей. Серед них, звичайно ж, відводиться певне та досить важливе місце економічним факторам, але вони легко можуть перестати бути вирішальними, їх вплив може легко нівелюватися або якимось інакше змінюватися під впливом зовсім інших факторів, які для конкретної людини є більш і навіть значно більше значущими та важливими у житті. І такими факторами часто є саме психологічні, але не тільки.

5) Інтеграція економістів і психологів, що складається, в галузі економічної психології дає можливість психологам глибше розуміти значення універсальних моделей, що описують економічні явища, у тому числі застосованих до опису та пояснення економічної поведінки людини, а економістам – розуміти роль психологічних змінних у процесі та наслідках реалізації економічних розробок. В даний час багато в чому зберігається виділений вище феномен двох економічних психологій - економічної та психологічної, тому що економіко-психологічні дослідження, що виконуються економістами та психологами, несуть у собі яскравий «відбиток» відповідних «материнських» наук. Цей феномен є досить традиційним для багатьох міждисциплінарних галузей знання, особливо на стадії їхнього становлення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Перспективи розвитку економічної психології пов'язані з дослідженням таких проблем, як соціально-психологічна адаптація різних соціальних груп до нових економічних умов, економічна соціалізація (освоєння дітьми та підлітками норм і правил економічної поведінки, що диктуються новими умовами життя), економічне самовизначення (пошук людиною свого місця та своєї позиції у системі економічних відносин), етнокультурні та регіональні особливості економічної свідомості та поведінки різних груп населення.

Розвиток економічної психології породжує гостру потребу у взаємодії психології та економіки, необхідній для успішнішого використання психологічної теорії та методів

у різних сферах економічного життя. Ця взаємодія пов'язана з проведенням лабораторних і польових емпіричних досліджень задля вивчення закономірностей економічної поведінки. Щодо практичного рівня, тут взаємодія економіки та психології пов'язана з активним становленням практичної економічної психології як сфери діяльності психологів, пов'язаної з наданням допомоги при вирішенні психологічних проблем, що виникають у економічних суб'єктів: окремих індивідів, соціальних груп та організацій.

Таким чином, сучасний стан економічної психології можна визначити як стан інтенсивного розвитку теоретичних, емпіричних та прикладних досліджень різних сфер економічної життєдіяльності. Як особливості цього розвитку доцільно відзначити теоретичну неоднорідність і нерівномірність розвитку окремих напрямів наукових досліджень. Значною мірою це спочатку пояснюється практичною орієнтацією цієї відносно нової галузі психологічної науки. Тим більш важливим і актуальним є завдання теоретичного та методологічного аналізу стану та перспектив розвитку численних досліджень у галузі економічної психології.

1. Барден Філ. Взлом маркетингу. Наука про те, чому ми купуємо. МІФ. *Форс*, 2020., 304 с.
2. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 3. С. 62-72.
3. Іванов Ю.Б., Мироненко І.І. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства з використанням інформаційних технологій. *Моделювання регіональної економіки*. 2013. № 1 (21). С. 189-203.
4. Карамушка Л. М., Карамушка Т. В. Тренінгова програма: Професійна кар'єра та психологічне здоров'я освітнього персоналу. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2019. № 4(18). С. 36-45
5. Карл Сьюелл, Пол Браун. Клієнти на все життя. Київ, 2011. 224 с.
6. М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа: Економічна психологія. Київ, 2016, 232 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.
8. Окландер М.А. Поведінка споживача: навч. посіб. з грифом МОН України (лист № 1/11-20280 від 23.12.2013 р.) / М.А. Окландер, І.О. Жарська — К.: Центр учбової літератури, 2014. — 208 с.
9. Празян Е.М. Маркетинг отношений как элемент комплекса мероприятий по формированию потребительской лояльности. *Modern fundamental and applied researches*. 2011. № 2. С. 96-101.
10. Райзберг Б.А. Психологічна економіка. Навч. Пос. М.: ИНФРА, 2005. – 186 с.
11. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй : пер. с англ. / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001. – 596 с.
12. Чухно А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 4. – С. 14–28.

1. Barden Phil (2020) Hacking Marketing. The science of why we buy. MYTH. *Force*, 304 p. (in Ukrainian).
2. Ivannikova M. M. (2014) Marketing management of consumer loyalty. *Marketing and innovation management*. No. 3. P. 62-72. (in Ukrainian).
3. Ivanov Y.B., Myronenko I.I. (2013) Management of marketing activities of an industrial enterprise using information technologies. *Modeling of the regional economy*. No. 1 (21). P. 189-203. (in Ukrainian).
4. Karamushka L.M., Karamushka T.V. (2019) Training program: Professional career and psychological health of educational personnel. *Organizational psychology. Economic psychology*. No. 4(18). P. 36-45 (in Ukrainian).
5. Carl Sewell, Paul Brown (2011) Customers for life. Kyiv, 224 p. (in Ukrainian).
6. M. P. Butko, A. P. Nezhivenko, T. V. Pepa (2016) Economic psychology. Kyiv, 232 p. (in Ukrainian).

7. Orban-Lembryk L.E. (2003) Management psychology / L.E. OrbanLembryk. - K.: Akademvydav, 568 p. (in Ukrainian).
8. Oklander M.A. (2014) Consumer behavior: education. manual with the seal of the Ministry of Education and Culture of Ukraine (letter No. 1/11-20280 dated 12/23/2013) / M.A. Aucklander, I.O. Zharska — K.: Center of Educational Literature, 208 p. (in Ukrainian).
9. E.M. Prazyan (2011) Relationship marketing as an element of a complex of measures for the formation of consumer loyalty. Modern fundamental and applied researches. No. 2. P. 96-101. (in Russian).
10. Raisberg B.A. (2005) Psychological economy. Education Pos. M.: INFRA 186 p. (in Ukrainian).
11. Smith A. (2001) Welfare of Nations. Studies on the nature and causes of the well-being of nations: trans. with English / A. Smith. - K.: Port-Royal, 596 p. (in Ukrainian).
12. Chuhno A. (2009) Actual problems of the development of economic theory at the modern stage / A. Chuhno // Economy of Ukraine. No. 4. – P. 14–28. (in Ukrainian).

V.M. Sinkovska. Ph.D, Associate Professor of the Department of Marketing Odessa Polytechnic National University (Odessa, Ukraine).

Peculiarities of economic psychology and its role in the study of consumer behavior.

The aim of the article to determine the essence and features of economic psychology. Also display its influence on modern marketing theory.

The results of the analyses. The author considers the position of economic psychology in the system of psychological science and comes to the conclusion that it is still very weakly reflected by the professional community, many issues of theoretical content remain unresolved, which usually accompany the formation of any new field of psychological knowledge and require quite long periods for their solution. The author notes that the most hotly debated issue is the relationship between economic psychology and social psychology. It is especially noted that there is some more general regularity in the emergence and formation of a number of modern branches of psychological science, because similar discussions revolve around the status of organizational, historical, political, cross-cultural psychology, etc. In the article, the author emphasizes that the current professional understanding of this issue is in such a state that it is still too early to affirm a single option as fundamentally correct or to completely deny any of them as incorrect. In fact, the scientific debate about the status of economic psychology is not over. A certain "fuzzy" understanding of the essence, features and differences of psychological economics from classical psychology requires detailed study and approval of the basic principles that identify the scientific field.

Conclusions and perspectives for further research. The article examines economic psychology as a separate science, the emergence of which significantly influenced the methodology of studying consumer behavior, first of all, by expanding the methodological possibilities and aspects of research. The chronology of the development of economic psychology is analyzed, the main reasons and prerequisites for its separation into a separate science are given. Features of interdisciplinary connections, principles operating within economic psychology are highlighted. The main advantages of the existence of economic psychology and the peculiarities of research within the scope of science are grouped in detail in the article. As a further development, the author defines the development of detailed tools for practical application in the activities of marketing specialists.

Keywords: psychology, research methods, economic psychology, behavior, factors, research models.

Надійшло до редакції 9 червня, 2022