

ПСИХИЧЕСКИЙ ЦВЕТ КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ

О. Е. Грибова (МГУ имени А. А. Кулешова)

Нач. рук. *И. В. Черепанова*,

канд. психол. наук, доцент

Проблема поведения потребителей давно интересует ученых как объект междисциплинарных исследований. Так, данная тема является актуальной в маркетинге, экономике, социологии и психологии.

В современном маркетинге существуют несколько фундаментальных работ по данной теме, которые многие ученые называют ключевыми в данной теме. Именно на них построено обучение маркетологов в разных странах. Среди них работы Ф. Котлера, книга Р. Блэкуэлла, П. Миниарда, Дж. Энджел «Поведение потребителей», работы Ж. Ламбена, особенно глава книги «Менеджмент, ориентированный на рынок», которая называется «Анализ потребностей покупателей». Владимир Олегович Покуль в своей статье «Поведение потребителей как объект междисциплинарных исследований: обзор научных взглядов и концепций» провел анализ данных исследований и выделил наиболее важные аспекты [1].

Покупка, по мнению Ф.Котлера «начинается с того, что покупатель осознает проблему и нужду» [2, 3]. По мнению некоторых ученых (М. Люшера, А.М. Эткинда Е.Ф. Бажина) тенденция к предпочтению того или иного цвета демонстрирует тенденцию к той или иной модели поведения. П.В. Яньшин подчеркивает взаимосвязь понятия «Психический цвет» с поведенческой реакцией людей [4]. Так, мы можем провести параллель с поведением покупателей, спрогнозировать ту или иную реакцию в зависимости от цветовых предпочтений, расположения цвета возле испытуемого (покупателя). Авторы также описывают влияние цвета на физиологическое состояние человека. Поэтому можно спрогнозировать потребительское поведение и, соответственно, результат такого поведения.

Литература

1. Покуль, В.О. Поведение потребителей как объект междисциплинарных исследований: обзор научных взглядов и концепций / В.О. Пакуль // Человек. Общество. Управление. – 2018. – Т. 19. – № 1. – С. 117–126.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2015. – 14-е изд. – 800 с.
3. Дейнека, О.С. Экономическая психология: учеб. пособие / О.С. Дейнека. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000. – 160 с.
4. Яньшин, П.В. Эмоциональный цвет. Эмоциональный копонент в психологической структуре цвета / П.В. Яньшин. – Самара : Изд-во СамГПУ, 1996. – 218 с.