



**Розгляд та аналіз фільму
з позиції економічної
теорії та практики**

“Зізнання шопологіка”

**Доповідачка:
Еліна КОЖУШКО**

5 фактів про «шопоголізм»



- 1** Шопоголізм - розлад компульсивної купівлі (compulsive buying disorder) – є глобальним явищем, що характеризується надмірними купівельними когніціями та поведінкою, що викликає стрес та порушення стану
- 2** Розлад компульсивної купівлі поширений у всьому світі, хоча здається, що він більш притаманний країнам з високим рівнем доходів
- 3** Мета-аналіз показує, що поширеність розладу компульсивної купівлі складає приблизно 5% серед різних популяцій, проте існує значна варіація між вибірками
- 4** За більшістю досліджень встановлено, що жінки мають вищий рівень розладу компульсивної купівлі порівняно з чоловіками
- 5** Залежність від онлайн-шопінгу, яка є формою розладу компульсивної купівлі, визнається як інтернет-заснована поведінкова залежність, що може призвести до економічних проблем

Вибір економічних теорій

	Неокласична	Інституційна	Поведінкова
Переваги	Дозволяє подивитись на проблему в контексті раціональної поведінки індивіда та масової ринкової взаємодії	Дозволяє проаналізувати вплив інститутів та соціальних норм на економічну поведінку індивіда	Враховує психологічні та емоційні аспекти прийняття рішень індивідом
Обмеження	Часто ігнорує аспекти, пов'язані з психологією та соціальною взаємодією, що є ключовим в розладі компульсивної купівлі	Може недооцінювати індивідуальну ініціативу та врахування психологічних аспектів	Може бути менш придатною для прогнозування масової ринкової взаємодії



«Шопоголізм» в контексті неокласичної економічної теорії



- 1 Раціональна поведінка індивіда
- 2 Індивідуальні уподобання
- 3 Обмеженість ресурсів

«Шопоголізм» в контексті інституційної економічної теорії



- 1 Соціальні інститути
- 2 Культурні інститути
- 3 Фінансові інститути

«Шопоголізм» в контексті поведінкової економічної теорії



- 1 Емоційні аспекти
- 2 Когнітивні аспекти
- 3 Соціальні аспекти

Переваги та недоліки компульсивних покупок

	Індивіди	Бізнес	Держава
Переваги	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Емоційне задоволення<input type="checkbox"/> Сприяння соціальній адаптації та визнанню<input type="checkbox"/> Тимчасове послаблення стресу	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Збільшення споживчого попиту<input type="checkbox"/> Посилення ефективності маркетингу<input type="checkbox"/> Зростання прибутків	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Позитивний вплив на економічне зростання<input type="checkbox"/> Збільшення податкових надходжень до бюджету
Недоліки	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Фінансові проблеми<input type="checkbox"/> Ризик розвитку психічних проблем<input type="checkbox"/> Негативний вплив на особисті та сімейні стосунки	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Можливий негативний вплив на репутацію бренду<input type="checkbox"/> Ризик розробки неякісного продукту	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Збільшення соціальних проблем<input type="checkbox"/> Зростання витрат на їх подолання та профілактику<input type="checkbox"/> Негативний вплив на екологію



Тест на «шопоголізм»



Müller A, Laskowski NM, Trotzke P, Ali K, Fassnacht DB, de Zwaan M, Brand M, Häder M, Kyrios M.

PROPOSED DIAGNOSTIC CRITERIA FOR COMPULSIVE BUYING-SHOPPING DISORDER: A DELPHI EXPERT CONSENSUS STUDY.

J Behav Addict. 2021 Apr 13;10(2):208-222. doi: 10.1556/2006.2021.00013. PMID: 33852420;
PMCID: PMC8996806