

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-102>

УДК 330.88:159.91

ПСИХОЕМОЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ УХВАЛЕННЯ СПОЖИВЧИХ РІШЕНЬ

PSYCHO-EMOTIONAL ASPECTS OF THE CONSUMER DECISION-MAKING PROCESS

Селезньова Віолетта Михайлівна

аспірантка,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4729-980X>**Seleznova Violetta**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Стаття присвячена аналізу психоемоційних чинників, що детермінують процес ухвалення споживчих рішень. Обґрунтовано значущість внутрішніх детермінантів поведінки, які охоплюють фізіологічно-соматичний та психоемоційний рівні. Особливу увагу приділено феномену емпатійного розриву як чиннику порушення когнітивної послідовності, а також механізмам соматичних маркерів і психосоматичних реакцій. Розглянуто когнітивні викривлення як елементи спотвореної інтерпретації споживчої інформації, емоційні тригери як активатори поведінкових моделей, а також самосвідомість як регулятор взаємодії між афективною і когнітивною сферами. Показано, що емоційна пам'ять виконує функцію стабілізації споживчих установок. Наголошено на впливі ментальних порушень як факторів, що трансформують когнітивну гнучкість, емоційну регуляцію й структуру мотивацій, істотно модифікуючи траєкторію споживчої поведінки.

Ключові слова: споживча поведінка, процес ухвалення споживчих рішень, психоемоційні чинники, когнітивні викривлення, вісцеральні стани, емпатійний розрив, емоційна пам'ять, самосвідомість, соматичні маркери.

The article explores the psycho-emotional determinants of consumer decision-making in the context of growing informational complexity. Emphasis is placed on the limitations of traditional rational-choice models, which inadequately account for affective, cognitive, and motivational processes underlying consumer behavior. The study substantiates the integrative influence of internal determinants, structured across two interconnected levels: the physiological-somatic and the psycho-emotional. The former includes visceral states – such as hunger, pain, or arousal – that act as powerful behavioral activators, often bypassing deliberative reasoning. Particular attention is given to the concept of visceral influences and the empathy gap, which explains the inconsistency between decisions made in “cold” (rational) states versus those in “hot” (emotionally aroused) states. The psycho-emotional level encompasses cognitive biases, affective triggers, motivational attitudes, and the overall psychological well-being of the individual. Cognitive distortions are examined as mechanisms that simplify decision-making at the cost of rational evaluation. Emotional triggers are analyzed as stimuli that shape perception and accelerate behavioral responses, while motivational structures are shown to be susceptible to distortion under emotional pressure. The concept of self-awareness is introduced as a regulatory mechanism that enables reflection on internal states and thus enhances behavioral self-regulation. Additionally, the role of emotional memory is emphasized as a stabilizing factor that encodes affect-laden consumption experiences and reinforces habitual patterns of choice. The study also highlights the impact of mental health disorders on consumer decision-making. Conditions such as stress, anxiety, and depressive states are shown to impair cognitive flexibility, disrupt emotional regulation, and reshape motivational hierarchies, leading to impulsive, avoidant, or compensatory consumption patterns. In conclusion, consumer behavior is conceptualized as a dynamic system shaped by the interaction of physiological, emotional, cognitive, and reflective components, requiring a multidisciplinary analytical framework for its adequate understanding.

Keywords: consumer behavior, consumer decision-making process, psycho-emotional factors, cognitive biases, visceral states, empathy gap, emotional memory, self-awareness, somatic markers.

Постановка проблеми. Традиційні моделі споживчої поведінки, сформовані в межах неокласичної економічної парадигми, ґрунту-

ються на припущенні про раціональність індивіда та оптимізаційний характер його вибору. Однак з огляду на зростаючу складність

соціально-економічного середовища, інформаційне перенасичення та підвищену роль емоцій у процесі прийняття рішень, подібні підходи дедалі менше відповідають реаліям поведінки сучасного споживача. Емпіричні спостереження демонструють систематичні відхилення від раціонального вибору, зумовлені когнітивними викривленнями, афективними станами, ментальним навантаженням та впливом зовнішніх стимулів. У цьому зв'язку виникає потреба у комплексному аналізі психоемоційних механізмів, що лежать в основі споживчих рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Засвідчує зростаючий інтерес до психологічних та емоційних аспектів споживчої поведінки, що є наслідком міждисциплінарної трансформації економічної науки. Вагомий теоретичний прорив у цьому напрямі забезпечили представники поведінкової економіки, які здійснили інтеграцію психологічних чинників у класичні моделі раціонального вибору. Зокрема, Д. Канеман і А. Тверські заклали основи концепції обмеженої раціональності, пояснюючи роль евристик, афективних реакцій і когнітивних викривлень у процесі прийняття рішень.

Подальший розвиток цієї парадигми спостерігається у працях Р. Талера, який досліджував механізми поведінкових аномалій і запропонував концепцію «архітектури» вибору; К. Камерера, який обґрунтував нейроекономічні засади споживчої поведінки, та П. Словіка, який досліджував афективну евристику і сприйняття ризиків у споживчому контексті. Значний внесок у розуміння впливу афективних станів на економічну поведінку зробив Дж. Ловенштейн.

У вітчизняному науковому просторі тематика поведінкової економіки також поступово набуває актуальності. Значний внесок у її розвиток зробили дослідження В. Вахітова, В. Вірченка, М. Іващенко, О. Нестеренко, Р. Шеремети тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на помітний прогрес у розвитку поведінкової економіки та суміжних дисциплін, низка аспектів залишається недостатньо дослідженою. Зокрема, актуальною є проблема взаємодії когнітивних, емоційних і мотиваційних чинників у межах інтегрованої внутрішньої структури, яка визначає як автоматизовані, так і усвідомлені компоненти споживчого вибору. Особливу значущість набуває вивчення ролі самосвідомості, емоційної пам'яті та психіч-

ного благополуччя як медіаторів між зовнішніми впливами та поведінковими реакціями. Відтак, постає необхідність формування міждисциплінарної концептуалізації споживчої поведінки, що поєднує досягнення економіки, психології, нейронаук і психіатрії.

Мета дослідження полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні психоемоційних чинників у процесі ухвалення споживчих рішень, а також – у виявленні механізмів взаємодії когнітивних, емоційних, мотиваційних і фізіологічно-соматичних компонентів, що формують поведінкові стратегії індивіда. Дослідження спрямоване на інтеграцію міждисциплінарних підходів для побудови цілісного уявлення про внутрішню динаміку споживчого вибору та фактори, що зумовлюють його відхилення від раціональних моделей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поведінкова економіка сформувалася як концептуальний виклик неокласичним економічним моделям, які тривалий час домінували у дослідженнях споживчої поведінки. Традиційна економічна теорія ґрунтується на уявленні про споживача як раціонального агента, що приймає рішення на основі повної інформації з метою максимізації корисності. Проте такий редукціоністський підхід дедалі більше демонструє свою неспроможність адекватно пояснити емпіричні закономірності реальної поведінки споживачів.

Поведінковий підхід означив суттєвий зсув у парадигмі економічного мислення, запропонувавши антропологічно реалістичнішу модель суб'єкта – не як ідеалізованого носія раціональності, а як психофізіологічно обмеженої істоти, емоційної, схильної до когнітивних викривлень та контекстуально-залежної у своїх рішеннях. Така методологічна реконцептуалізація відкрила можливість урахування широкого спектру факторів, зокрема афективних реакцій, евристичних стратегій і ситуативних впливів, що формують споживчу поведінку.

Засадничу роль у становленні теоретико-методологічного підґрунтя поведінкової економіки відіграли праці Д. Канемана та А. Тверські. Запропонована ними модель мислення – *Система 1* (швидка, автоматична, емоційно-забарвлена) та *Система 2* (повільна, контрольована, логічна) – дала змогу глибше осмислити механізми ухвалення рішень у контексті обмеженої раціональності (табл. 1). Ця концепція суттєво розширила аналітичні можливості дослідження ірраціональних компонентів споживчого вибору.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика систем мислення за Д. Канеманом

Критерій	Система 1 (автопілот)	Система 2 (пілот)
<i>Швидкість</i>	Працює миттєво	Повільна обробка інформації
<i>Енергоємність</i>	Низька, не потребує значних когнітивних ресурсів	Висока, потребує концентрації уваги та розумових зусиль
<i>Автоматичність</i>	Не потребує свідомого контролю	Вимагає уваги та контролю
<i>Тип мислення</i>	Інтуїтивне, евристичне	Аналітичне, логічне
<i>Навчання</i>	Шляхом досвіду і повторень	Вимагає свідомого зусилля для засвоєння інформації
<i>Сфера застосування</i>	Повсякденні завдання, прості рішення	Складні задачі, що потребують аналізу
<i>Емоційність</i>	Висока	Низька, прийняття рішень базується на логіці
<i>Гнучкість</i>	Обмежена, оперує шаблонами та евристиками	Висока, здатна адаптуватися до нових ситуацій

Джерело: складено автором на основі [1, с. 23–54]

У межах дихотомічної моделі мислення Канемана принцип взаємодії *Системи 1* і *Системи 2* є ключовим для розуміння механізмів прийняття споживчих рішень. Обидві системи функціонують одночасно, проте відрізняються за характером обробки інформації та рівнем залучення свідомості.

Система 1 забезпечує швидке, інтуїтивне реагування на стимул, ґрунтуючись на евристичних, афективних реакціях і попередньому досвіді. Її діяльність є автоматизованою, не вимагає значних когнітивних ресурсів і домінує в ситуаціях високої інформаційної насиченості, обмеженого часу або рутинного вибору. Саме ця система найчастіше є рушієм споживчих рішень у повсякденному контексті.

Натомість *Система 2* активується за умов підвищеної складності або неоднозначності ситуації. Вона відповідає за аналітичну обробку інформації, критичну оцінку альтернатив та свідоме зважування ризиків. Через високу когнітивну вартість і потребу у зосередженості ця система залучається обмежено, переважно у разі, коли автоматичні механізми *Системи 1* виявляються недостатніми (рис. 1).

У контексті зростаючої інтенсивності інформаційних потоків споживча поведінка демонструє ускладнення, все активніше інтегруючи психоемоційні детермінанти в процес ухвалення рішень. Значний обсяг інформації, яку індивід змушений опрацьовувати під час спо-

живчого вибору, призводить до підвищеного когнітивного навантаження, що негативно позначається на якості рішень і підвищує ймовірність використання нераціональних стратегій. Водночас сучасне інформаційне середовище дедалі частіше функціонує не лише як канал передачі знань, але й як інструмент впливу, зорієнтований на активацію ментальних тригерів і стимулювання заданих моделей споживчої поведінки. В умовах такої ускладненої реальності зростає інтерес до вивчення внутрішніх когнітивних, емоційних і психічних механізмів, що детермінують процес прийняття рішень. Особливої значущості в цьому контексті набувають когнітивні викривлення, афективні реакції та рівень ментального благополуччя, що істотно трансформують логіку споживчих рішень.

Внутрішні детермінанти споживчої поведінки доцільно класифікувати на два взаємопов'язані рівні: **фізіологічно-соматичний** і **психоемоційний**. Кожен із них виконує автономні, але взаємодіючі функції у формуванні як свідомих, так і несвідомих моделей поведінки, визначаючи способи реагування споживача на зовнішні стимули. Узгоджене функціонування обох рівнів формує складну динаміку внутрішніх процесів, які лежать в основі споживчих рішень.

Фізіологічно-соматичний рівень охоплює біологічні, нейрофізіологічні та тілесні процеси, які впливають на базові реакції інди-

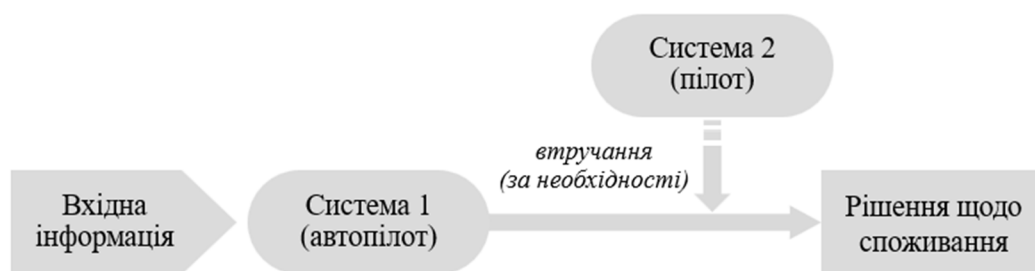


Рис. 1. Принцип взаємодії двох систем мислення за Д. Канеманом

Джерело: розроблено автором на основі [1]

віда. Вісцеральні стани (голод, спрага, біль), соматичні сигнали стресу та сенсорні подразники формують первинне тло для сприйняття інформації та можуть автоматично активізувати споживчі дії, минаючи свідомий контроль. У цьому сенсі даний рівень виступає фундаментом для формування негайних, часто імпульсивних рішень, орієнтованих на досягнення миттєвого задоволення або зниження фізичного дискомфорту.

Психоемоційний рівень включає когнітивні механізми, емоційні стани та психологічні установки, які безпосередньо впливають на інтерпретацію інформації, оцінку альтернатив і процес ухвалення рішень. Саме на цьому рівні виникають когнітивні викривлення, ефекти евристичного мислення, а також афективні реакції, що модифікують споживчу мотивацію. Здатність до емоційної регуляції, критичного аналізу та саморефлексії є визначальними характеристиками цього рівня, які впливають на глибину обробки інформації та обґрунтованість вибору.

Первинну основу споживчої поведінки становлять фізіологічно-соматичні чинники, оскільки детермінують низку базових імпульсів, що впливають на прийняття рішень дораціонального характеру. Цей рівень охоплює фундаментальні біологічні процеси, які формують вроджені потреби (у їжі, воді, сні, диханні, теплі) та задають базові орієнтири поведінки, спрямованої на підтримання гомеостазу й виживання. У межах ієрархії потреб за А. Маслоу ці чинники посідають нижній рівень, слугуючи передумовою для реалізації потреб вищого порядку [2, с. 79].

У структурі фізіологічного впливу важливу роль відіграють *вісцеральні стани* – ситуативні тілесні реакції на порушення внутрішньої рівноваги (голод, спрага, біль, сексуальне збудження). Вони активізують імпульсивні дії, спрямовані на негайне задоволення, що часто супроводжується зниженням само-

контролю та спотворенням оцінки ризиків. Цей феномен, відомий як «вісцеральний вплив», зумовлює переоцінку короткострокових вигод і зниження ваги майбутніх наслідків (ефект тимчасової дисконтності) [3].

Вразливість споживача до впливу вісцеральних імпульсів пояснюється когнітивним механізмом, відомим як *емпатійний розрив* – феномен, що характеризується розбіжністю між прогнозованою поведінкою, сформованою у стані афективного спокою (так званому «холодному» стані), та реальною поведінкою, реалізованою у стані підвищеного фізіологічного та емоційного збудження («гарячому» стані) [4]. Цей розрив зумовлює систематичне недооцінювання інтенсивності майбутніх імпульсів та їхнього впливу на прийняття рішень, що, у свою чергу, призводить до порушення попередньо сформованих споживчих стратегій, навіть за умов їхньої логічної обґрунтованості й чіткої структурованості.

Вплив тілесних чинників на споживчу поведінку актуалізується через механізми *соматичних маркерів* – тілесних сигналів, що формуються на основі попереднього емоційного досвіду й опосередковують процес прийняття рішень шляхом афективного кодування альтернатив [5]. Такі маркери здатні модулювати поведінкові реакції: позитивно забарвлені асоціації, пов'язані, зокрема, з брендом або продуктом, можуть виступати каталізаторами повторного вибору, тоді як негативні соматичні коди формують механізми уникнення. Додатковим вектором тілесного впливу виступають *психосоматичні реакції*, які виникають унаслідок пролонгованого психоемоційного напруження (стресових або тривожних станів) і маніфестуються у вигляді фізичних симптомів (м'язова напруга, соматичний біль), що змінюють споживчі преференції. У таких станах активується дофамінергічна система винагороди, орієнтуючи індивіда на пошук компенсаторних благ (товарів або

послуг), здатних зменшити емоційний дискомфорт, що, у свою чергу, формує підґрунтя для імпульсивних рішень.

Таким чином, фізіологічно-соматичні чинники формують цілісну динамічну систему, у межах якої базові потреби визначають фонову мотивацію, вісцеральні стани – її ситуативну активізацію, соматичні маркери – емоційне кодування досвіду, а психосоматичні симптоми – компенсаторні споживчі реакції, що разом визначають поведінку на дораціональному рівні (рис. 2).

Психоемоційний рівень внутрішніх чинників відіграє ключову роль у формуванні споживчої поведінки, оскільки охоплює інтеграцію когнітивних і афективних процесів, що визначають сприйняття інформації, ухвалення рішень та інтерпретацію споживчого досвіду. Цей рівень відображає складну взаємодію емоційних реакцій, мотиваційних установок і когнітивних схем, які структурують поведінкову стратегію індивіда в умовах інформаційного перенасичення, соціального тиску та економічної невизначеності.

Емоційні чинники, взаємодіючи з когнітивними оцінками, виконують роль афективних модераторів вибору, часто пришвидшуючи процес прийняття рішень і формуючи ставлення до брендів і продуктів навіть за відсутності раціональних аргументів. Водночас здатність до емоційної регуляції визначає рівень опору зовнішнім впливам, зокрема маркетинговим стимулам (реклама, брендинг, візуальні тригери).

Фундаментом цього рівня виступає психічне здоров'я, яке детермінує когнітивну гнучкість, емоційну стабільність і адаптивність поведінки. Порушення психоемоційного функціонування, включаючи афективні та тривожні розлади, знижують здатність до усвідомленого споживання, посилюють імпульсивність,

викривлюють сприйняття цінності товарів і призводять до нераціонального фінансового планування. Механізм трансформації споживчої поведінки під впливом ментальних порушень представлений нижче (рис. 3).

Вплив психічних розладів на споживчу поведінку опосередковується змінами в когнітивній обробці, емоційній регуляції та мотиваційній структурі.

Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) спричиняє гіпервиразну зосередженість на загрозах, знижуючи когнітивну гнучкість і здатність до критичного мислення. Емоційна дисрегуляція зумовлює вразливість до маркетингових тригерів, особливо пов'язаних із безпекою, що призводить до нестабільної поведінки: імпульсивні покупки можуть чергуватися з уникненням продуктів, асоційованих із травматичним досвідом [6].

Безсоння порушує виконавчі функції (увага, пам'ять, концентрація), сприяючи використанню спрощених когнітивних стратегій. У стані когнітивного виснаження споживачі схильні орієнтуватися на поверхневі характеристики продуктів, виявляючи підвищену чутливість до простих маркетингових меседжів [7].

Генералізований тривожний розлад спричиняє концентрацію когнітивних ресурсів на потенційних загрозах. Це знижує здатність до раціонального аналізу, уповільнює ухвалення рішень і зумовлює коливання між імпульсивним споживанням і уникненням через страх помилки. Поширеною є *когнітивна ригідність*, яка ускладнює зміну усталених уподобань [8].

Обсесивно-компульсивний розлад характеризується нав'язливими думками та ритуалізованими діями, що виснажують когнітивні ресурси й перешкоджають ефективному вибору. Занадто високий рівень потреби в



Рис. 2. Взаємодія факторів фізіологічно-соматичного рівня у формуванні споживчої поведінки

Джерело: розроблено автором

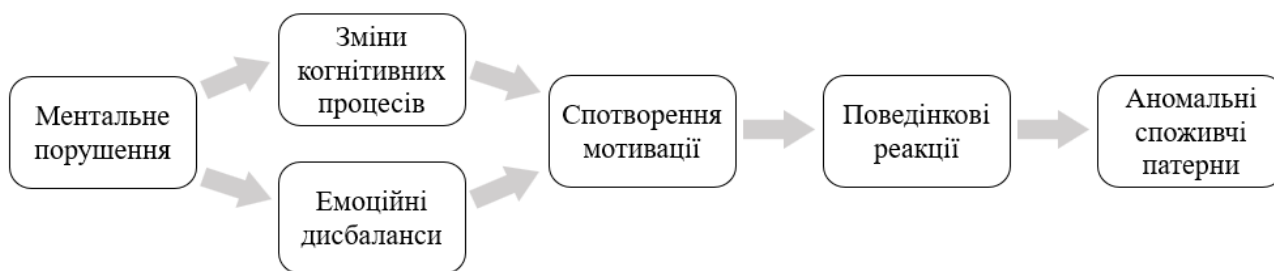


Рис. 3. Механізм впливу ментальних порушень на споживчу поведінку

Джерело: розроблено автором

упевненості, фіксація на деталях і страх помилок призводять до затримок або уникання ухвалення споживчих рішень.

Депресивний розлад супроводжується когнітивною інертністю, негативною упередженістю та зниженням мотивації [9]. Це зумовлює уникнення споживання або компенсаторне споживання з метою тимчасового полегшення афективного стану. Такі покупки, однак, часто викликають подальше почуття провини або фрустрації.

Розлади харчової поведінки формують когнітивну вузькість і бінарне мислення щодо товарів і послуг, що ускладнює об'єктивну оцінку споживчих пропозицій. При компульсивному переїданні порушується самоконтроль, тоді як у випадку анорексії домінує надмірна саморегуляція й ригідність.

Вживання психоактивних речовин порушує механізми самоконтролю, планування й оцінки ризиків. Хронічне вживання знижує чутливість до довгострокових вигод, підвищує імпульсивність та емоційно забарвлену реактивність. Унаслідок цього посилюється вразливість до маркетингових стимулів, орієнтованих на швидке задоволення.

Враховуючи вищезазначений вплив психічних порушень на споживчу поведінку, доцільно перейти до аналізу загальних психо-емоційних механізмів, які детермінують поведінкові моделі навіть за відсутності клінічних ознак розладів. Адже функціональні особливості когнітивної обробки інформації, афективної регуляції та мотиваційного реагування справляють системний вплив на ухвалення споживчих рішень. У сукупності ці чинники формують динамічну внутрішню структуру, яка обумовлює індивідуальні особливості вибору, схильність до викривлень у мисленні та ступінь раціональності поведінки в умовах зовнішнього впливу.

Когнітивні процеси становлять основу споживчого вибору, забезпечуючи обробку сен-

сорної, емоційної та досвідної інформації, яка інтегрується у процесах сприйняття, інтерпретації, оцінки альтернатив та ухвалення рішень. Вони функціонують у тісному зв'язку з афективними реакціями та мотиваційними установками, визначаючи ефективність реагування індивіда на маркетингові стимули в умовах складного інформаційного середовища. У процесі споживчої діяльності індивіди систематично піддаються впливу *когнітивних викривлень*, що порушують логіку інформаційної обробки. Емоційні стани значно посилюють ці викривлення, спричиняючи відхилення від раціональних моделей вибору. Такі когнітивні спотворення модифікують мотиваційну структуру, часто індуючи уявлення про хибну актуальність потреб.

Ключову регуляторну функцію в цій системі виконує *самосвідомість* – здатність індивіда ідентифікувати власні мотиваційні імпульси та емоційні стани. Низький рівень рефлексивності корелює з підвищеною чутливістю до зовнішніх впливів та імпульсивністю споживання; високий – сприяє когнітивному контролю, критичному переосмисленню мотивацій і раціоналізації поведінки.

Емоційна пам'ять виступає механізмом стабілізації споживчих патернів, фіксуючи афективно забарвлений досвід і створюючи стійкі асоціативні зв'язки між продуктами та пережитими емоціями. Позитивний досвід посилює лояльність до бренду, тоді як негативний – зумовлює уникнення, незалежно від об'єктивних характеристик товару.

Таким чином, психоемоційний рівень функціонує як інтегрована система, в якій психічне здоров'я формує афективне тло, когнітивні механізми структурують сприйняття й оцінку, мотиваційна сфера спрямовує вибір, самосвідомість здійснює рефлексивний контроль, а емоційна пам'ять закріплює поведінкові стратегії (рис. 4). Взаємодія цих компонентів визначає складну динаміку споживчих рішень,

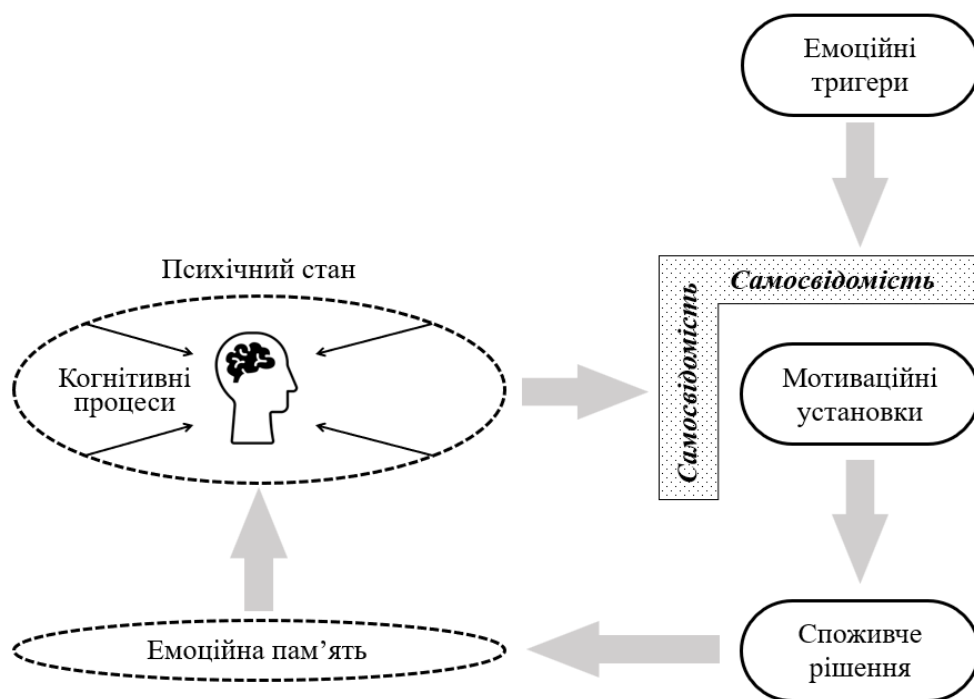


Рис. 4. Процес формування споживчих рішень під впливом чинників психоемоційного рівня

Джерело: розроблено автором

що часто відхиляється від раціонального вектора під впливом внутрішніх психоемоційних чинників.

Висновки. У результаті проведеного аналізу встановлено, що психоемоційні та фізіологічно-соматичні чинники відіграють системоутворюючу роль у процесі ухвалення споживчих рішень, формуючи складну інтегративну структуру, в якій взаємодіють когнітивні механізми, емоційні стани, мотиваційні установки, рівень самосвідомості та досвід, закріплений в емоційній пам'яті. У сучасному інформаційному середовищі, де домінують

маніпулятивні стратегії та когнітивне перевантаження, саме психоемоційна динаміка визначає ступінь раціональності поведінки споживача, його вразливість до зовнішніх впливів і здатність до усвідомленого вибору. Отримані результати мають практичну значущість для підвищення точності споживчих інтервенцій, а також для формування програм з розвитку фінансової грамотності та критичного мислення, спрямованих на посилення здатності індивідів до раціонального вибору в умовах емоційного навантаження та інформаційної надлишковості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Канеман Д. Мислення швидке й повільне. Переклад із англійської. Київ : Наш Формат, 2017. 480 с.
2. Maslow A. H. *Motivation and Personality*. Longman, 1987. 336 p.
3. Frederic S., Loewenstein G., O'Donoghue T. Time Discounting and Time Preference: a Critical Review. *Journal of Economic Literature*. 2002. Vol. 40. № 2. P. 351–401. DOI: 10.1257/002205102320161311.
4. Loewenstein G. Hot-Cold Empathy Gaps and Medical Decision Making. *Health Psychology*. 2005. Vol. 24. № 4. P. 49–56. DOI: 10.1037/0278-6133.24.4.S49.
5. Damasio A. *Somatic Markers and the Guidance of Behavior*. Oxford University Press, 1991. P. 217–299.
6. Russell C. A., Russell D. W., Harris C. Post-traumatic consumption: Does emotion regulation moderate the relationship between military life stressors, mental health outcomes, and compulsive buying? *The Journal of Consumer Affairs*. 2023. Vol. 57. № 3. P. 1183–1212. DOI: 10.1111/joca.12519.
7. Ree M. J., Harvey A. J. Interpretive Biases in Chronic Insomnia: an Investigation Using a Priming Paradigm. *Behavior Therapy*. 2006. Vol. 37. № 3. P. 248–258. DOI: 10.1016/j.beth.2006.03.002.

8. Ottaviani C., Watson D.R., Meeten F., Makovac E., Garfinkel S.N., Critchley H.D. Neurobiological substrates of cognitive rigidity and autonomic inflexibility in generalized anxiety disorder. *Biological Psychology*. 2016. Vol. 119. № 1. P. 31–41. DOI: 10.1016/j.biopsycho.2016.06.009
9. Beevers C. G. et al. Association between negative cognitive bias and depression: a symptom-level approach. *Journal of Psychopathology and Clinical Science*. 2019. Vol. 128, № 3. P. 212–227. DOI: 10.1037/abn0000405.
10. Kakoschke N., Aarts E., Verdejo-Garcia A. The Cognitive Drivers of Compulsive Eating Behavior. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*. 2019. Vol. 12, № 338. P. 1–8. DOI: 10.3389/fnbeh.2018.00338.
11. Isaksson M., Ghaderi A., Wolf-Arehult M., Ramklint M. Overcontrolled, undercontrolled, and resilient personality styles among patients with eating disorders. *Journal of Eating Disorders*. 2021. Vol. 9, № 47. P. 1–9. DOI: 10.1186/s40337-021-00400-0.

REFERENCES:

1. Kahneman D. (2017). *Myslennia shvydke y povilne [Thinking, Fast and Slow]*. Kyiv: Nash Format, 480 p. (in Ukrainian)
2. Maslow A.H. *Motivation and Personality*. Longman, 1987. 336 p.
3. Frederic S., Loewenstein G., O'Donoghue T. Time Discounting and Time Preference: a Critical Review. *Journal of Economic Literature*. 2002. Vol. 40. № 2. P. 351–401. DOI: 10.1257/002205102320161311.
4. Loewenstein G. Hot-Cold Empathy Gaps and Medical Decision Making. *Health Psychology*. 2005. Vol. 24. № 4. P. 49–56. DOI: 10.1037/0278-6133.24.4.S49.
5. Damasio A. *Somatic Markers and the Guidance of Behavior*. Oxford University Press, 1991. P. 217–299.
6. Russell C. A., Russell D. W., Harris C. Post-traumatic consumption: Does emotion regulation moderate the relationship between military life stressors, mental health outcomes, and compulsive buying? *The Journal of Consumer Affairs*. 2023. Vol. 57. № 3. P. 1183–1212. DOI: 10.1111/joca.12519.
7. Ree M. J., Harvey A. J. Interpretive Biases in Chronic Insomnia: an Investigation Using a Priming Paradigm. *Behavior Therapy*. 2006. Vol. 37. № 3. P. 248–258. DOI: 10.1016/j.beth.2006.03.002.
8. Ottaviani C., Watson D. R., Meeten F., Makovac E., Garfinkel S. N., Critchley H. D. Neurobiological substrates of cognitive rigidity and autonomic inflexibility in generalized anxiety disorder. *Biological Psychology*. 2016. Vol. 119. № 1. P. 31–41. DOI: 10.1016/j.biopsycho.2016.06.009
9. Beevers C. G. et al. Association between negative cognitive bias and depression: a symptom-level approach. *Journal of Psychopathology and Clinical Science*. 2019. Vol. 128, № 3. P. 212–227. DOI: 10.1037/abn0000405.
10. Kakoschke N., Aarts E., Verdejo-Garcia A. The Cognitive Drivers of Compulsive Eating Behavior. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*. 2019. Vol. 12, № 338. P. 1–8. DOI: 10.3389/fnbeh.2018.00338.
11. Isaksson M., Ghaderi A., Wolf-Arehult M., Ramklint M. Overcontrolled, undercontrolled, and resilient personality styles among patients with eating disorders. *Journal of Eating Disorders*. 2021. Vol. 9, № 47. P. 1–9. DOI: 10.1186/s40337-021-00400-0.