

Міністерство освіти та науки України
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла
Коцюбинського

*Кафедра публічного управління
та менеджменту*

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Макроекономіка» на тему «Зміна моделі споживання в кризові
періоди»

Студента 2 курсу АМ спеціальності 073 «Менеджмент», освітньо-професійної
програми «Адміністративний менеджмент»

Картук Богдана Сергійович

Керівник: _____

Національна шкала: _____

Кількість балів: ___ Оцінка: ECTS__

Члени комісії:

Вінниця 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ КРИЗИ	6
1.1. Сутність споживчої поведінки та чинники її формування.....	6
1.2. Фактори деформації та трансформації моделі споживання населення.....	10
1.3. Вплив економічних криз на споживчу поведінку населення	15
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІНИ МОДЕЛІ СПОЖИВАННЯ В КРИЗОВІ ПЕРІОДИ	20
2.1. Дослідження впливу скорочення доходів населення на структуру споживання.....	20
2.2. Зміна пріоритетів споживання в умовах економічної нестабільності	25
2.3. Заощаджувальна поведінка населення під час криз.....	29
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ДО КРИЗОВИХ УМОВ	35
3.1. Стратегії адаптації домогосподарств до економічних криз	35
3.2. Роль державної політики у підтримці споживання населення	39
3.3. Перспективи відновлення та трансформації моделей споживання після криз	42
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48

ВСТУП

Тема споживчої поведінки населення в умовах кризових явищ у сучасних економічних умовах набуває особливої актуальності, оскільки саме через сферу споживання найбільш швидко та помітно проявляються наслідки економічної нестабільності. У сучасному світі кризові процеси мають системний характер і супроводжуються не лише фінансовими труднощами, але й глибокими соціальними, психологічними та поведінковими змінами. Економічні кризи, інфляція, зростання безробіття, девальвація національної валюти, пандемічні обмеження та воєнні події безпосередньо впливають на рівень життя населення, структуру його витрат та підходи до прийняття споживчих рішень. У таких умовах населення змушене адаптувати власну модель поведінки до нових економічних реалій, переглядати систему пріоритетів, змінювати структуру споживання та шукати механізми фінансового пристосування до нестабільного середовища.

Особливо актуальним дослідження цієї теми є для України, оскільки національна економіка протягом останніх десятиліть неодноразово перебувала під впливом кризових процесів різного характеру. Фінансово-економічні кризи 2008–2009 років, 2014–2015 років, пандемія COVID-19 та економічні наслідки повномасштабної війни після 2022 року суттєво трансформували поведінку українських споживачів. Скорочення доходів населення, високий рівень інфляції, нестабільність ринку праці та загальна невизначеність призвели до змін у структурі витрат домогосподарств, зростання ролі базового споживання, посилення заощаджувальної поведінки та переходу до більш раціональної моделі фінансових рішень. Саме тому дослідження зміни моделей споживання в кризові періоди має не лише теоретичне, а й важливе практичне значення, оскільки дозволяє краще зрозуміти механізми адаптації населення до нестабільних економічних умов та визначити напрями підвищення фінансової стійкості домогосподарств.

Практичне значення теми полягає у можливості використання результатів дослідження для аналізу сучасних споживчих тенденцій, прогнозування поведінки населення в умовах економічної нестабільності та формування ефективної соціально-економічної політики держави. Дослідження змін у структурі споживання населення дає змогу оцінити рівень соціальної вразливості домогосподарств, виявити основні фактори трансформації споживчої поведінки та визначити найбільш ефективні механізми адаптації населення до кризових умов. Крім того, результати дослідження можуть бути використані під час розробки державних програм соціальної підтримки населення, антикризових заходів, а також у практичній діяльності підприємств, діяльність яких залежить від зміни споживчого попиту.

Метою курсової роботи є дослідження особливостей зміни моделі споживання населення в кризові періоди, визначення основних факторів трансформації споживчої поведінки та аналіз механізмів адаптації домогосподарств до умов економічної нестабільності.

Об'єктом дослідження є споживча поведінка населення в умовах економічних криз. Предметом дослідження виступають процеси трансформації моделей споживання населення під впливом кризових явищ, а також фактори та механізми адаптації споживчої поведінки до нестабільних економічних умов.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі основні завдання:

- дослідити теоретичні основи формування споживчої поведінки населення в умовах економічної нестабільності;
- проаналізувати вплив економічних криз і скорочення доходів населення на структуру та пріоритети споживання;
- дослідити особливості заощаджувальної поведінки населення в кризові періоди;
- визначити основні напрями адаптації споживчої поведінки та перспективи трансформації моделей споживання після криз.

Під час написання курсової роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема методи аналізу та узагальнення наукової літератури, статистичний метод, порівняльний аналіз, системний підхід, а також методи соціально-економічного дослідження споживчої поведінки населення.

Інформаційну основу дослідження становлять праці вітчизняних та зарубіжних науковців з питань споживчої поведінки населення, матеріали Державної служби статистики України, Національного банку України, Світового банку, OECD, соціологічних та аналітичних досліджень Gradus Research, NielsenIQ, Київського міжнародного інституту соціології, а також наукові статті, монографії, аналітичні звіти та інтернет-джерела з проблематики економічних криз і трансформації моделей споживання.

Структура курсової роботи зумовлена метою та завданнями дослідження. Курсова робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основна частина роботи викладена на 44 сторінках. Робота містить 2 рисунки, 4 таблиці та список використаних джерел із 30 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ КРИЗИ

1.1. Сутність споживчої поведінки та чинники її формування

Споживча поведінка населення є одним із ключових елементів функціонування економічної системи, оскільки саме через процес споживання відбувається реалізація більшості економічних відносин між виробником, державою та населенням. У сучасних умовах споживча поведінка перестала розглядатися виключно як процес придбання товарів чи послуг для задоволення базових потреб людини. Вона поступово перетворилася на складне соціально-економічне явище, яке формується під впливом великої кількості внутрішніх і зовнішніх чинників. Особливо помітними зміни у моделях споживання стають у кризові періоди, коли населення змушене переглядати власні фінансові можливості, систему пріоритетів та навіть звичний спосіб життя. Саме тому дослідження сутності споживчої поведінки та чинників її формування має важливе значення як для економічної науки, так і для практичного розуміння процесів, що відбуваються в суспільстві [1].

У науковій літературі поняття споживчої поведінки трактується по-різному залежно від напрямку дослідження. Представники економічної науки переважно пов'язують її з процесом прийняття рішень щодо використання доходів для задоволення потреб, тоді як соціологи та психологи акцентують увагу на мотивах, емоціях, звичках і соціальних орієнтирах людини. У більш узагальненому вигляді споживчу поведінку можна визначити як систему дій, рішень та реакцій споживача, пов'язаних із вибором, придбанням, використанням та оцінкою товарів і послуг. Водночас така поведінка не формується ізольовано, адже на неї постійно впливають рівень доходів, соціальний статус, економічна ситуація в державі, культурні

особливості, рівень освіти, психологічний стан людини та навіть інформаційне середовище [2].

Споживча поведінка є динамічним явищем, що змінюється залежно від умов функціонування суспільства. Якщо в періоди економічної стабільності населення більшою мірою орієнтується на підвищення якості життя, комфорт, розвиток нових потреб та зростання обсягів споживання, то в умовах економічної нестабільності пріоритети суттєво трансформуються. Люди починають концентруватися насамперед на задоволенні базових потреб, скорочують витрати на другорядні товари, відкладають великі покупки та намагаються формувати заощадження навіть за обмежених фінансових можливостей. Таким чином, споживча поведінка є своєрідним індикатором економічного стану суспільства, оскільки зміни у структурі витрат населення досить швидко відображають загальні кризові тенденції.

Важливу роль у формуванні споживчої поведінки відіграють економічні чинники. Передусім йдеться про рівень доходів населення, динаміку цін, рівень інфляції, стан зайнятості, доступність кредитування та загальний рівень економічної стабільності. Саме доходи визначають межі фінансових можливостей споживача і формують структуру його витрат. За умов зростання доходів населення, як правило, збільшується попит на товари тривалого користування, освітні послуги, відпочинок та інші елементи так званого «необов'язкового» споживання. Водночас у періоди економічних криз скорочення доходів спричиняє зміну споживчих орієнтирів. Люди починають ретельніше планувати власний бюджет, відмовляються від дорогих покупок, шукають дешевші аналоги товарів або переходять до режиму економії [3].

Не менш важливими є соціальні чинники формування споживчої поведінки. Поведінка людини значною мірою залежить від соціального середовища, у якому вона перебуває. Родина, коло спілкування, професійне середовище, соціальний статус та суспільні стандарти формують уявлення про престижність, необхідність

чи доцільність певних товарів і послуг. У сучасному суспільстві споживання часто виконує не лише функцію задоволення потреб, а й стає способом соціальної самоідентифікації. Через стиль одягу, технічні засоби, спосіб відпочинку або навіть вибір продуктів харчування людина демонструє власний соціальний статус, життєві цінності та належність до певної групи. Саме тому споживча поведінка нерідко формується не лише під впливом реальних потреб, а й під тиском соціальних очікувань.

Окреме значення мають психологічні чинники, оскільки процес прийняття споживчих рішень часто пов'язаний із емоційним станом людини. Мотивація, рівень тривожності, відчуття безпеки, життєвий досвід та індивідуальні особливості можуть істотно впливати на характер споживання. У кризові періоди психологічний фактор стає особливо важливим. Невизначеність, страх втрати доходів або роботи, постійне інформаційне напруження формують у населення схильність до обережної фінансової поведінки. Саме тому в умовах криз часто спостерігається зростання попиту на товари першої необхідності та одночасне скорочення витрат на розваги, предмети розкоші або дорогі послуги. У деяких випадках, навпаки, нестабільність може стимулювати імпульсивне споживання, коли люди прагнуть компенсувати психологічний дискомфорт через покупки [4].

Суттєвий вплив на споживчу поведінку здійснюють також культурні та інформаційні чинники. Традиції, ментальні особливості, національні цінності та історичний досвід формують специфіку споживання в різних країнах і соціальних групах. Наприклад, у суспільствах із високим рівнем економічної нестабільності населення зазвичай більш схильне до заощадження та обережного ставлення до витрат. Водночас розвиток цифрових технологій і соціальних мереж значно посилив інформаційний вплив на поведінку споживачів. Реклама, блогери, онлайн-платформи та алгоритми персоналізованого контенту фактично формують нові потреби та моделі споживання. У сучасних умовах людина часто приймає рішення

про покупку під впливом інформаційного середовища навіть тоді, коли реальної потреби у товарі немає.

У науковому середовищі питання споживчої поведінки активно досліджуються як зарубіжними, так і українськими науковцями. Значний внесок у розвиток теоретичних підходів до вивчення споживчої поведінки населення зробили українські дослідники М. М. Біль та О. П. Мульска, які у праці «Моделі споживчої поведінки домогосподарств та регіональні особливості їх формування в Україні» досліджували вплив рівня добробуту, структури доходів та регіональних особливостей на формування моделей споживання домогосподарств. Автори приділяли увагу співвідношенню споживчих, інвестиційних та заощаджувальних витрат населення, а також підкреслювали залежність поведінки домогосподарств від соціально-економічної ситуації в державі [5].

Помітний внесок у дослідження цієї проблематики зробив також Ю. Ф. Пачковський, який у монографії «Споживча поведінка українських домогосподарств» аналізував соціальні та психологічні аспекти споживання, особливості трансформації потреб населення та вплив соціального середовища на економічні рішення людини. У роботі акцентувалася увага на тому, що споживча поведінка українського населення значною мірою формується під впливом нестабільності економічного середовища та історичних особливостей розвитку суспільства.

Окремої уваги заслуговують дослідження Н. С. Косар, М. М. Мамчин та А. О. Баран, які вивчали зміну поведінки споживачів у сучасних кризових умовах, зокрема під впливом пандемії COVID-19 та економічної нестабільності. Науковці дійшли висновку, що кризові процеси змінюють структуру потреб населення, підсилюють орієнтацію на безпеку та базові товари, а також стимулюють розвиток більш раціонального та обережного споживання.

1.2. Фактори деформації та трансформації моделі споживання населення

Модель споживання населення не є сталою або незмінною категорією, оскільки вона формується під впливом великої кількості економічних, соціальних, психологічних та навіть політичних процесів, які постійно змінюються залежно від загального стану суспільства. У періоди економічної стабільності структура споживання зазвичай характеризується відносною передбачуваністю: населення поступово розширює власні потреби, збільшує витрати на товари тривалого користування, послуги, освіту, дозвілля та покращення умов життя. Однак кризові явища змінюють не лише фінансові можливості людей, а й сам підхід до споживання. За таких умов модель поведінки населення починає трансформуватися, а окремі елементи споживання можуть зазнавати суттєвої деформації. Особливо це помітно у країнах із нестійкою економічною системою, де навіть короткострокові кризи здатні різко впливати на рівень життя населення та структуру його витрат [6].

Поняття деформації моделі споживання переважно пов'язується з порушенням звичного механізму задоволення потреб населення. Це проявляється у вимушеному скороченні витрат, зміні структури споживчого кошика, відмові від частини товарів та послуг або переході до більш дешевих альтернатив. Водночас трансформація споживчої поведінки є ширшим поняттям, адже вона передбачає не лише негативні зміни, але й поступове формування нових споживчих звичок, пріоритетів та моделей економічної поведінки. Часто деформація стає початковим етапом трансформації, коли під впливом кризових факторів населення змушене адаптуватися до нових умов існування. З часом така адаптація може закріплюватися і ставати новою нормою поведінки навіть після завершення кризового періоду.

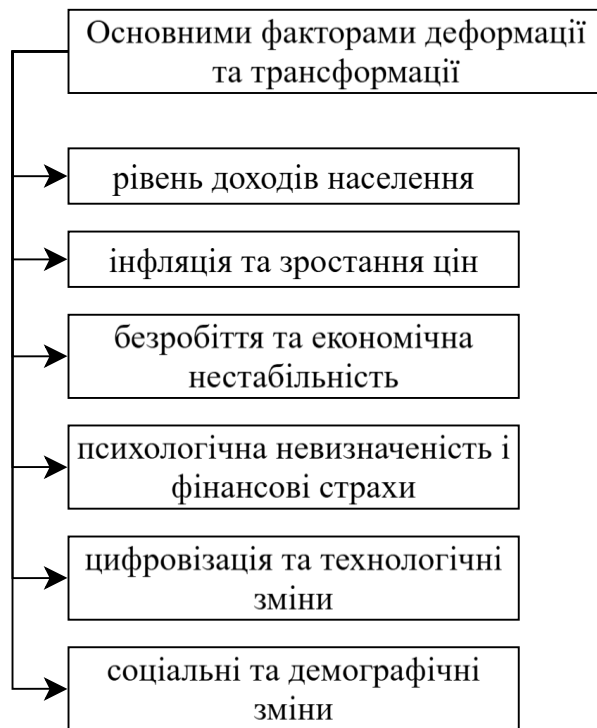


Рис. 1.1. Фактори деформації та трансформації моделі споживання населення

Найбільш відчутний вплив на зміну моделі споживання здійснюють економічні фактори. Передусім йдеться про рівень доходів населення, інфляцію, зростання цін, безробіття та загальне погіршення економічної ситуації. Саме скорочення реальних доходів є тим чинником, який найсильніше впливає на структуру споживання населення. Коли домогосподарства втрачають частину доходів або стикаються з невизначеністю щодо майбутнього, вони починають переглядати систему власних витрат. Насамперед скорочується споживання товарів і послуг, які не належать до першочергових потреб. Витрати на відпочинок, розваги, техніку, подорожі або дорогий одяг відкладаються на невизначений термін. Водночас зростає частка витрат на продукти харчування, комунальні послуги та медичне забезпечення. Така зміна структури витрат є характерною ознакою кризового періоду і свідчить про поступове звуження споживчих можливостей населення [7].

Особливо негативний вплив має інфляція, оскільки вона не лише знижує купівельну спроможність населення, а й формує психологічний ефект нестабільності. Люди починають більше хвилюватися за майбутнє, намагаються уникати великих витрат, частіше купують товари «про запас» або, навпаки, переходять до режиму жорсткої економії. У періоди різкого зростання цін змінюється навіть сам принцип вибору товарів. Якщо за умов стабільності споживач більше звертає увагу на якість, бренд чи комфорт, то під час економічних труднощів ключовим фактором стає ціна. Це призводить до поширення практики пошуку дешевших аналогів, зростання попиту на акційні товари та активного розвитку дискаунтерів. У деяких випадках населення переходить до так званого «відкладеного споживання», коли люди свідомо відмовляються від певних покупок до моменту стабілізації ситуації.

Суттєву роль у трансформації моделей споживання відіграють соціальні фактори. Соціальна нерівність, рівень освіти, демографічна структура населення та зміна способу життя значною мірою визначають характер споживчої поведінки. Наприклад, молоде покоління зазвичай швидше адаптується до нових моделей споживання, активніше використовує цифрові сервіси та онлайн-платформи, тоді як старші вікові групи частіше орієнтуються на традиційні форми споживання та більш обережно ставляться до змін. Крім того, у кризові періоди відбувається поступова зміна суспільних цінностей. Якщо в умовах економічного піднесення значна частина населення орієнтується на престижне або демонстративне споживання, то в періоди нестабільності більшого значення набувають практичність, функціональність та довговічність товарів [8].

Окремої уваги заслуговує психологічний фактор, який у сучасних умовах став одним із найважливіших елементів формування споживчої поведінки. Економічна нестабільність, воєнні конфлікти, пандемії чи інші кризові явища створюють атмосферу невизначеності, яка безпосередньо впливає на поведінку населення. Людина починає орієнтуватися не лише на власний поточний дохід, а й

на рівень ризику, який вона відчуває. Саме тому навіть за відносно стабільного фінансового становища населення може скорочувати витрати через страх втрати роботи або подальшого погіршення ситуації. У кризові періоди часто спостерігається посилення заощаджувальної поведінки, коли домогосподарства прагнуть створити певний фінансовий резерв. Це, у свою чергу, призводить до зниження загального рівня споживання в економіці.

Певною мірою трансформацію моделей споживання прискорюють інформаційні та технологічні фактори. Активний розвиток цифрових технологій суттєво змінив підхід населення до процесу придбання товарів і послуг. Онлайн-торгівля, цифрові платформи, мобільні застосунки та соціальні мережі не лише спрощують процес купівлі, а й формують нові звички споживання. Особливо це стало помітно після пандемії COVID-19, коли значна частина населення почала активніше користуватися дистанційними сервісами, службами доставки та безготівковими розрахунками. У результаті змінилася сама структура споживання: частина традиційних послуг втратила актуальність, натомість зросла роль цифрового сектору. Цікаво, що навіть після завершення активної фази пандемії значна частина нових споживчих звичок залишилася, що свідчить про довготривалий характер таких трансформацій [9].

Помітний вплив на модель споживання мають також політичні фактори та загальний рівень довіри населення до держави. У країнах із нестабільною політичною ситуацією населення значно обережніше ставиться до власних витрат, оскільки постійна невизначеність формує очікування можливих економічних втрат. Військові конфлікти, зміни податкової політики, нестабільність на валютному ринку або недостатній рівень соціального захисту населення безпосередньо впливають на споживчі настрої. У таких умовах домогосподарства частіше концентруються на короткострокових потребах та менш охоче здійснюють великі фінансові витрати.

Трансформація споживчої поведінки проявляється не лише у скороченні витрат, а й у зміні самого характеру споживання. Населення стає більш раціональним та обережним у прийнятті фінансових рішень. Люди починають частіше аналізувати співвідношення ціни та якості, порівнювати товари, звертати увагу на практичність та термін використання продукції. Крім того, відбувається поступовий перехід від емоційного до функціонального споживання. Якщо раніше значна частина покупок могла здійснюватися імпульсивно або під впливом реклами, то в кризових умовах споживач більше орієнтується на реальну необхідність товару [10].

Досить помітною є також зміна ставлення населення до заощаджень. У стабільних економічних умовах частина домогосподарств схильна витратити більшу частину доходів на поточне споживання. Проте під час криз населення починає активніше формувати фінансові резерви, навіть за умов невисоких доходів. Це свідчить про зміну поведінкових установок та підвищення значення фінансової безпеки. Одночасно спостерігається зростання попиту на дешевші товари, скорочення витрат на статусне споживання та поступове зниження рівня довіри до довгострокового фінансового планування.

Слід зазначити, що окремі фактори мають значно сильніший вплив на трансформацію моделей споживання, ніж інші. Найбільш потужним фактором виступає саме рівень доходів населення, оскільки фінансові можливості безпосередньо визначають межі споживання. Навіть за високого рівня психологічної стійкості або стабільних соціальних орієнтирів людина не здатна підтримувати попередню модель споживання у разі різкого скорочення доходів. Другим за значенням фактором є інфляція, яка впливає не лише економічно, а й психологічно, формуючи атмосферу невизначеності. Менш прямий, але також важливий вплив мають соціальні та культурні фактори, оскільки вони переважно визначають довгострокові звички та стиль споживання. Інформаційні та

технологічні фактори здебільшого прискорюють вже наявні зміни, а не формують їх самостійно [11].

Таким чином, деформація та трансформація моделі споживання населення є складним процесом, що виникає під впливом взаємодії економічних, соціальних, психологічних та політичних чинників. У кризові періоди змінюється не лише структура витрат населення, а й саме ставлення людини до споживання, фінансової безпеки та майбутнього. Споживча поведінка поступово стає більш обережною, раціональною та орієнтованою на базові потреби. Частина таких змін має тимчасовий характер, однак окремі нові моделі поведінки закріплюються надовго й продовжують впливати на економічні процеси навіть після завершення кризових явищ.

1.3. Вплив економічних криз на споживчу поведінку населення

Економічні кризи мають безпосередній і доволі швидкий вплив на споживчу поведінку населення, оскільки саме через сферу споживання люди найгостріше відчують зміну економічної ситуації. Зниження доходів, інфляція, нестабільність валютного ринку, скорочення робочих місць та загальна невизначеність призводять до трансформації споживчих пріоритетів і перегляду звичних моделей витрат. У кризові періоди населення змушене адаптувати власну поведінку до нових економічних умов, що проявляється у скороченні витрат, переході до дешевших товарів, відмові від частини послуг та зміні самого підходу до процесу споживання. При цьому вплив криз на поведінку споживачів не обмежується лише економічним аспектом. Відчуття нестабільності формує психологічну обережність, яка часто зберігається навіть після покращення макроекономічної ситуації [12].

У міжкризовий період структура споживання населення зазвичай характеризується більш рівномірним розподілом витрат між базовими та другорядними потребами. Частка витрат на продукти харчування в економічно

стабільних умовах у країнах із середнім рівнем доходів складає приблизно 35–45 % бюджету домогосподарств, тоді як витрати на дозвілля, транспорт, побутову техніку, ресторани, туризм та послуги поступово зростають. У кризові періоди структура споживання різко змінюється. Населення концентрується переважно на товарах першої необхідності, а витрати на другорядне споживання скорочуються насамперед. За даними Державної служби статистики України та досліджень Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, у періоди економічної нестабільності частка витрат українських домогосподарств на продукти харчування зростала до 48–55 % загального бюджету сім'ї, що свідчить про суттєве звуження можливостей для інших видів споживання.

Особливо помітними зміни стали під час фінансово-економічної кризи 2008–2009 років. В Україні реальні доходи населення суттєво скоротилися через падіння виробництва, девальвацію гривні та зростання безробіття. За окремими оцінками, споживчі витрати домогосподарств у 2009 році скоротилися приблизно на 10–15 %, а попит на окремі категорії товарів тривалого користування впав ще сильніше. Продажі автомобілів у кризовий період скоротилися майже на 60 %, побутової техніки — на 25–40 %, нерухомості — більш ніж удвічі. Населення масово відкладало дорогі покупки через невизначеність щодо майбутніх доходів. Навіть ті домогосподарства, які формально не втратили джерела прибутку, почали поводитися більш обережно та накопичувати резервні кошти. Водночас спостерігалось збільшення попиту на дешевші товари повсякденного використання, продукцію економ-сегменту та товари зі знижками [13].

Подібні процеси відбувалися і під час економічної кризи 2014–2015 років, яка для України супроводжувалася не лише фінансовими труднощами, а й військовими подіями, різким зростанням інфляції та падінням курсу національної валюти. Рівень інфляції у 2015 році перевищив 40 %, що суттєво вплинуло на купівельну спроможність населення. Реальні доходи громадян скоротилися, а витрати на продукти харчування та комунальні послуги почали займати домінуючу частку

сімейного бюджету. У цей період споживачі значно рідше витрачали кошти на ресторани, подорожі, розважальні заходи та імпорتنі товари. Попит на побутову техніку та електроніку скоротився приблизно на 30–40 %, тоді як ринок преміальних товарів фактично втратив значну частину покупців. Одночасно посилилася тенденція до переходу на дешевші бренди, зростання популярності секонд-хенду та активного використання акційних пропозицій.

Кризові процеси суттєво впливають і на структуру харчового споживання населення. Якщо у стабільні періоди домогосподарства можуть дозволити собі більш різноманітний раціон із вищою часткою м'яса, риби, фруктів, молочних продуктів та готової продукції, то під час криз структура харчування помітно спрощується. Населення починає більше орієнтуватися на дешевші продукти з високою калорійністю та нижчою вартістю. Часто скорочується споживання дорогих видів м'яса, риби, імпоротної продукції, кондитерських виробів та напівфабрикатів. У деяких випадках навіть спостерігається повернення до практик домашнього виробництва продуктів, вирощування овочів або закупівлі великих обсягів товарів тривалого зберігання. Це особливо характерно для населення із середнім або низьким рівнем доходів [14].

Важливим наслідком економічних криз є зміна ставлення населення до заощаджень. У стабільні економічні періоди частина населення більш активно використовує доходи для поточного споживання, кредитування або інвестицій у покращення якості життя. Під час криз ситуація змінюється. Люди починають відмовлятися від необов'язкових покупок та накопичувати фінансові резерви навіть за умов обмежених доходів. Дослідження українських науковців свідчать, що після криз 2008 та 2014 років значна частина населення стала більш обережною щодо кредитів та великих витрат. Особливо це стосувалося іпотечного кредитування та довгострокових фінансових зобов'язань. Якщо до кризових періодів споживче кредитування активно зростало, то після різкого погіршення економічної ситуації населення почало уникати додаткових фінансових ризиків.

Суттєвий вплив на споживчу поведінку мала і пандемія COVID-19. На відміну від попередніх криз, пандемічна криза поєднала економічні обмеження з соціальною ізоляцією та психологічною невизначеністю. У 2020 році в багатьох країнах світу спостерігалось різке скорочення витрат на транспорт, туризм, готельно-ресторанний бізнес та сферу розваг. Водночас значно зріс попит на продукти харчування, медикаменти, товари гігієни, цифрову техніку та онлайн-сервіси. В Україні витрати населення на дозвілля та ресторани під час пандемії скоротилися більш ніж на 20 %, тоді як витрати на комунальні послуги та домашнє споживання зросли. Люди почали рідше здійснювати імпульсивні покупки та більше концентруватися на товарах, які забезпечують базовий комфорт і безпеку. Крім того, пандемія значно прискорила цифровізацію споживання. Саме в цей період різко зросла популярність онлайн-магазинів, доставки товарів, безготівкових платежів та дистанційних сервісів [15].

Під час криз змінюється не лише структура витрат населення, а й сама логіка прийняття споживчих рішень. Якщо у міжкризовий період споживачі частіше орієнтуються на комфорт, престиж або емоційне задоволення від покупки, то в умовах економічної нестабільності головним критерієм вибору стає практичність. Населення починає уважніше аналізувати ціни, порівнювати характеристики товарів, шукати більш вигідні пропозиції. У багатьох випадках спостерігається перехід від брендovих товарів до продукції менш відомих виробників або власних торгових марок супермаркетів. Особливо це помітно у сфері продуктів харчування та побутових товарів, де ціновий фактор у кризові періоди стає визначальним.

Водночас економічні кризи не однаково впливають на різні соціальні групи населення. Найбільш вразливими залишаються домогосподарства з низьким рівнем доходів, оскільки навіть незначне зростання цін для них означає необхідність скорочення базового споживання. Для населення із середнім рівнем доходів криза переважно проявляється у зміні структури витрат та відмові від дорогих товарів і послуг. Вищі соціальні групи, як правило, зберігають доступ до більшості видів

споживання, однак також починають поводитися обережніше та скорочують непродуктивні витрати. Через це кризові періоди часто посилюють соціальну нерівність і ще більше диференціюють моделі споживання населення.

Дослідження економічних криз показують, що окремі зміни у споживчій поведінці мають тимчасовий характер, тоді як інші зберігаються навіть після стабілізації економіки. Наприклад, після пандемії COVID-19 значна частина населення продовжила користуватися онлайн-торгівлею та цифровими сервісами, хоча обмеження вже були скасовані. Аналогічно після тривалих періодів економічної нестабільності населення зазвичай ще довго зберігає схильність до обережного фінансового планування, накопичення заощаджень та уникнення ризикованих витрат. Це свідчить про те, що економічні кризи впливають не лише на поточний рівень споживання, а й формують довгострокові поведінкові установки населення [16].

Отже, економічні кризи суттєво трансформують споживчу поведінку населення, впливаючи як на структуру витрат, так і на самі принципи прийняття споживчих рішень. Найбільш помітними наслідками криз є скорочення витрат на дорогі товари та послуги, зростання частки базового споживання, посилення заощаджувальної поведінки та підвищення орієнтації на практичність і фінансову безпеку. Кризові процеси формують більш обережну модель поведінки населення, у межах якої ключове значення набуває не комфорт або престиж, а здатність забезпечити стабільність та адаптацію до нестабільного економічного середовища.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІНИ МОДЕЛІ СПОЖИВАННЯ В КРИЗОВІ ПЕРІОДИ

2.1. Дослідження впливу скорочення доходів населення на структуру споживання

Скорочення доходів населення є одним із найважливіших факторів зміни моделі споживання в кризові періоди, оскільки саме рівень платоспроможності визначає межі задоволення потреб домогосподарств. У періоди економічної нестабільності населення змушене адаптувати власну структуру витрат до нових фінансових умов, що проявляється у зростанні частки базового споживання, скороченні витрат на другорядні товари та послуги, зміні споживчих пріоритетів і переході до більш ощадливих моделей поведінки. Водночас зміни у структурі споживання мають не лише кількісний, але й якісний характер, оскільки трансформуються самі принципи прийняття споживчих рішень, ставлення до заощаджень, якості товарів та фінансових ризиків [17].

Дослідження впливу скорочення доходів населення на структуру споживання доцільно здійснювати на основі аналізу статистичних показників, результатів соціологічних досліджень та динаміки витрат домогосподарств у кризові періоди. Найбільш показовими для України стали кризи 2008–2009 років, 2014–2015 років, пандемічна криза 2020 року та економічні наслідки повномасштабної війни після 2022 року. Кожен із цих періодів супроводжувався суттєвим зниженням реальних доходів населення, високим рівнем інфляції та погіршенням споживчих настроїв, що безпосередньо позначалося на структурі витрат домогосподарств.

За даними Державної служби статистики України, у міжкризовий період частка витрат домогосподарств на продукти харчування зазвичай становила близько 40–45 % сукупних витрат. Однак у кризові роки цей показник помітно зростав. Так, у 2015 році через різке падіння купівельної спроможності населення

частка витрат на харчування перевищила 53 %, що свідчить про скорочення можливостей населення щодо задоволення інших потреб. Водночас витрати на відпочинок, культуру, ресторани та готелі демонстрували суттєве скорочення [18].

Таблиця 2.1. Структура сукупних витрат домогосподарств України у кризові періоди, %

Категорія витрат	2013	2015	2020
Продукти харчування та безалкогольні напої	41,6	53,1	48,1
Одяг та взуття	6,1	4,8	4,5
Охорона здоров'я	4,2	5,6	6,1
Транспорт	4,5	3,8	3,2
Відпочинок і культура	2,3	1,5	1,2
Ресторани та готелі	2,8	1,7	0,9
Комунальні послуги	9,7	14,5	15,3

*Джерело: Складено автором

Наведені показники свідчать про те, що скорочення доходів населення насамперед впливає на непродовольче споживання. Домогосподарства намагаються максимально зберегти витрати на базові потреби, тому саме другорядні категорії споживання зазнають найбільшого скорочення. Особливо помітним є зниження витрат на дозвілля, туристичні послуги, громадське харчування та придбання товарів тривалого користування. Фактично у кризовий період відбувається звуження споживчого кошика до мінімально необхідного набору товарів та послуг.

Дослідження компанії NielsenIQ показали, що під час економічної нестабільності понад 70 % українських споживачів починають активніше контролювати власні витрати, а майже половина населення переходить до купівлі дешевших аналогів продукції. Особливо це стосується продовольчих товарів, побутової хімії та товарів повсякденного попиту. Споживачі значно частіше звертають увагу на акційні пропозиції, знижки та продукцію власних торгових марок супермаркетів, яка зазвичай є дешевшою за брендovanі товари. У кризові

роки також спостерігається скорочення частоти великих покупок і підвищення популярності дрібних регулярних закупівель, що пов'язано з небажанням населення витратити значні суми одночасно.

Варто зазначити, що вплив скорочення доходів на структуру споживання залежить від рівня забезпеченості домогосподарств. Для населення з низькими доходами навіть незначне зростання цін або втрата частини доходу призводить до скорочення споживання базових товарів. Такі домогосподарства змушені економити на якості харчування, медичних послугах, одязі та інших необхідних витратах. Для середнього класу криза частіше означає зміну структури споживання, а не повну відмову від окремих товарів [19].

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології показують, що після 2022 року понад 60 % українців були змушені скоротити витрати на одяг та техніку, близько 50 % — на дозвілля та відпочинок, а понад 40 % населення почали частіше купувати дешевші продукти харчування. Водночас витрати на ліки, комунальні послуги та базові продукти залишалися стабільно високими навіть за умов зменшення загального рівня доходів. Це свідчить про те, що кризові явища не лише скорочують загальний рівень споживання, а й змінюють саму ієрархію потреб населення [20].

Таблиця 2.2. Скорочення витрат населення України за окремими категоріями у кризовий період 2022–2023 рр., %

Категорія витрат	Частка населення, що скоротила витрати
Побутова техніка та електроніка	68
Відпочинок та розваги	54
Одяг та взуття	63
Ресторани та кафе	57
Продукти харчування преміум-сегменту	46
Освітні та додаткові послуги	34

*Джерело: Складено автором.

Окремої уваги заслуговує зміна структури харчового споживання. Аналіз даних свідчить про те, що у кризові періоди населення починає скорочувати споживання більш дорогих категорій продуктів. Зокрема, зменшується попит на рибу, червоне м'ясо, імпортні продукти, кондитерські вироби та готову продукцію. Водночас зростає споживання круп, макаронних виробів, хліба та сезонних овочів. Така тенденція пояснюється прагненням домогосподарств зберегти калорійність харчування при мінімізації витрат. Часто це негативно впливає на якість раціону та може мати довгострокові соціальні наслідки, пов'язані з погіршенням стану здоров'я населення.

Скорочення доходів також суттєво впливає на ринок непродовольчих товарів. Найбільш чутливими до криз є товари тривалого користування. За даними аналітичних досліджень GfK Ukraine, у періоди економічної нестабільності продажі побутової техніки та електроніки можуть скорочуватися на 30–50 %. Аналогічна ситуація спостерігається на автомобільному ринку, де попит у кризові роки зменшується інколи більш ніж удвічі. Населення відкладає дорогі покупки до моменту стабілізації ситуації, оскільки такі витрати вважаються ризикованими або необов'язковими [21].

Крім кількісних змін, скорочення доходів спричиняє і якісну трансформацію споживчої поведінки. Люди починають ретельніше планувати бюджет, частіше порівнювати ціни, користуватися програмами лояльності та знижками. Поступово формується більш раціональна модель споживання, у межах якої ключове значення має не престиж чи емоційне задоволення від покупки, а практичність та економічна доцільність. У кризові періоди споживач стає значно менш імпульсивним. Якщо у стабільних умовах значна частина покупок може здійснюватися спонтанно, то в період скорочення доходів населення частіше орієнтується на попереднє планування витрат.

Помітною тенденцією останніх років стало також зростання популярності вторинного споживання. Через погіршення фінансового становища населення

активніше розвивається ринок вживаних товарів, секонд-хенду та онлайн-платформ для перепродажу речей. Це свідчить не лише про економію коштів, а й про поступову зміну ставлення до самого процесу споживання. Частина населення починає відмовлятися від надмірного споживання та концентрується на функціональності товарів.

Таблиця 2.3. Основні зміни споживчої поведінки населення внаслідок скорочення доходів

Показник	Міжкризовий період	Кризовий період
Частка витрат на продукти харчування	40–45 %	50–55 %
Попит на дорогі товари	Стабільний	Скорочення на 30–60 %
Частота імпульсивних покупок	Висока	Низька
Рівень заощаджень	Помірний	Підвищений
Популярність дешевих брендів	Помірна	Висока
Роль ціни у виборі товару	Середня	Визначальна

*Джерело: Складено автором

Отже, скорочення доходів населення суттєво впливає як на обсяг споживання, так і на його структуру. У кризові періоди домогосподарства концентруються переважно на базових потребах, скорочують витрати на другорядні товари та послуги, переходять до більш ощадливих моделей поведінки та активніше формують фінансові резерви. Найбільшого скорочення зазнає попит на товари тривалого користування, дозвілля, туристичні та ресторанный послуги. Водночас зростає значення ціни, практичності та функціональності товарів. У результаті кризові процеси не лише змінюють структуру витрат населення, а й формують нові моделі споживчої поведінки, які нерідко зберігаються навіть після стабілізації економічної ситуації.

2.2. Зміна пріоритетів споживання в умовах економічної нестабільності

Економічна нестабільність суттєво впливає на систему споживчих пріоритетів населення, оскільки саме в кризові періоди відбувається переоцінка потреб, фінансових можливостей та значущості окремих категорій товарів і послуг. Якщо в умовах стабільного економічного розвитку споживання населення поступово розширюється і виходить за межі базового забезпечення, то під час криз більшість домогосподарств змушені концентруватися переважно на товарах першої необхідності. Це пов'язано не лише зі скороченням доходів, а й із загальним відчуттям невизначеності, яке змінює поведінку споживачів навіть у тих випадках, коли фінансові втрати ще не стали критичними. Людина починає по-іншому оцінювати доцільність витрат, обережніше ставиться до великих покупок, частіше відкладає витрати на майбутнє та орієнтується на збереження фінансової стабільності [22].

У міжкризовий період структура споживчих пріоритетів зазвичай характеризується більшою різноманітністю. Значна частина населення витрачає кошти не лише на базові потреби, а й на підвищення якості життя, комфорт, дозвілля, подорожі, розвиток, техніку, послуги та емоційне споживання. Зростає попит на брендovanі товари, преміальний сегмент продукції, ресторанний бізнес, сферу розваг і туристичні послуги. У таких умовах споживання виконує не лише функцію задоволення потреб, а й стає способом соціального самовираження. Часто вибір товару визначається не практичністю, а престижністю, емоційним фактором або бажанням підтримувати певний стиль життя. Однак економічна нестабільність досить швидко змінює ці тенденції.

Однією з перших реакцій населення на кризові процеси є переорієнтація споживання на базові потреби. За результатами досліджень Державної служби статистики України, у періоди економічних криз суттєво зростає частка витрат на продукти харчування, житлово-комунальні послуги, ліки та інші життєво необхідні

категорії. Одночасно скорочуються витрати на товари, які не мають критичного значення для повсякденного життя. Найбільш відчутного зниження зазнає попит на побутову техніку, електроніку, автомобілі, туристичні послуги, ресторани та товари преміального сегменту. Це пояснюється тим, що саме такі витрати населення може відкласти без негайної загрози для власного існування.

Показовими у цьому контексті стали результати досліджень поведінки українських споживачів у 2014–2015 роках та після 2022 року. У період високої інфляції та скорочення реальних доходів населення значно зросла орієнтація на економію. За даними Gradus Research, понад 70 % українців після початку повномасштабної війни почали ретельніше планувати витрати, а більше половини населення відмовилися від частини необов'язкових покупок. Особливо помітною стала зміна ставлення до великих придбань. Якщо до кризових подій споживачі були більш готовими до дорогих покупок у кредит або на виплат, то в умовах нестабільності населення почало уникати додаткових фінансових ризиків.

Зміна пріоритетів особливо яскраво проявляється у сфері харчового споживання. У стабільні періоди населення частіше обирає більш якісні, різноманітні або дорогі продукти, тоді як під час криз основним критерієм стає ціна. Споживачі починають активніше купувати товари зі знижками, продукцію економ-сегменту та товари тривалого зберігання. Водночас скорочується попит на імпортні продукти, готову кулінарію, делікатеси та преміальні категорії харчування. У деяких випадках домогосподарства переходять до більш простого раціону або змінюють структуру споживання на користь дешевших продуктів із високою калорійністю. Це пояснюється прагненням мінімізувати витрати при збереженні базового рівня забезпечення сім'ї.

Кризові явища також змінюють ставлення населення до непродуктивного споживання. В умовах економічної нестабільності споживачі значно рідше оновлюють техніку, меблі, автомобілі або дорогий одяг. Якщо у стабільний період покупка нової техніки може бути пов'язана з бажанням комфорту чи престижу, то

під час криз населення відкладає такі витрати до моменту повної необхідності. Дослідження GfK Ukraine показують, що у кризові роки продажі побутової техніки та електроніки скорочувалися на 30–50 %, а попит на дорогі смартфони преміального сегменту падав ще сильніше. При цьому зростала популярність бюджетних моделей, уживаної техніки та акційних пропозицій.

Досить помітною стала і зміна пріоритетів у сфері послуг. У періоди економічної стабільності населення активніше витрачає кошти на відпочинок, туризм, ресторани, косметичні послуги та розваги. Однак під час криз саме ці категорії витрат скорочуються насамперед. Наприклад, у період пандемії COVID-19 витрати українців на заклади громадського харчування та дозвілля скоротилися більш ніж на 20 %, а туристичний сектор зазнав одного з найбільших спадів. Після 2022 року тенденція до скорочення витрат на розваги та подорожі збереглася через загальну економічну невизначеність та зміну психологічних пріоритетів населення.

Окремо варто звернути увагу на те, що економічна нестабільність змінює не лише обсяги витрат, а й сам характер споживчої поведінки. У кризові періоди споживач стає значно більш раціональним. Зростає роль попереднього планування покупок, порівняння цін, аналізу співвідношення вартості та якості товару. Населення починає рідше здійснювати імпульсивні покупки та більш уважно оцінює реальну необхідність кожного придбання. Саме тому під час криз зростає популярність дискаунтерів, програм лояльності, акцій та різних способів економії. У деяких випадках навіть домогосподарства із відносно стабільними доходами змінюють поведінку через психологічний страх подальшого погіршення ситуації.

Важливим наслідком економічної нестабільності є підвищення значення фінансової безпеки. Якщо у міжкризовий період значна частина населення схильна орієнтуватися на поточне споживання, то в кризові роки пріоритетом стає формування заощаджень або хоча б мінімального фінансового резерву. Саме тому населення починає відмовлятися від необов'язкових витрат навіть тоді, коли рівень доходів формально залишається незмінним. Це пояснюється тим, що в умовах

невизначеності людина намагається мінімізувати ризики та підготуватися до можливого подальшого погіршення економічної ситуації.

Певні зміни відбуваються і в інформаційному сприйнятті споживання. У кризові періоди населення значно менше орієнтується на престижність бренду та більше звертає увагу на функціональність товару. Знижується роль демонстративного споживання, а практичність поступово виходить на перший план. Частина споживачів починає переосмислювати саму доцільність надмірного споживання, що проявляється у більш обережному ставленні до витрат та підвищенні популярності вторинного ринку товарів [23].

Слід зазначити, що зміна пріоритетів споживання не завжди має виключно негативний характер. Хоча економічні кризи суттєво погіршують рівень життя населення, вони одночасно стимулюють формування більш раціональної фінансової поведінки. Домогосподарства починають уважніше планувати бюджет, відмовлятися від необдуманих витрат та більше концентруватися на реальних потребах. У довгостроковій перспективі це може сприяти формуванню більш стійких моделей споживання, хоча сам процес адаптації до кризових умов часто супроводжується суттєвим зниженням якості життя.

Зміна пріоритетів споживання також суттєво залежить від соціальної групи населення. Для домогосподарств із низькими доходами криза означає насамперед скорочення базового споживання та відмову навіть від частини необхідних товарів. Для середнього класу характерним є перехід до ощадливішої моделі поведінки, тоді як населення з високими доходами частіше лише переглядає структуру витрат без радикального скорочення рівня споживання. Саме тому економічна нестабільність поглиблює диференціацію споживчих моделей та посилює соціальну нерівність.

Таблиця 2.4. Зміна споживчих пріоритетів населення в умовах економічної нестабільності

Категорія споживання	Міжкризовий період	Кризовий період
Продукти харчування	Орієнтація на якість і різноманітність	Орієнтація на ціну та базову потребу
Побутова техніка	Планові та емоційні покупки	Відкладення або відмова від покупки
Одяг та взуття	Часте оновлення гардеробу	Купівля лише необхідного
Дозвілля та туризм	Високий попит	Значне скорочення витрат
Ресторани та кафе	Регулярне споживання	Перехід до домашнього споживання
Заощадження	Другорядний пріоритет	Один із ключових пріоритетів
Вибір товару	Бренд та престиж	Практичність і доступна ціна
Споживча поведінка	Частково імпульсивна	Раціональна та обережна

*Джерело: Складено автором

Саме тому економічна нестабільність суттєво трансформує систему споживчих пріоритетів населення. У кризові періоди домогосподарства концентруються насамперед на забезпеченні базових потреб, скорочують витрати на другорядне споживання та формують більш обережну модель фінансової поведінки.

2.3. Заощаджувальна поведінка населення під час криз

Заощаджувальна поведінка населення в умовах економічної нестабільності є одним із найбільш показових індикаторів зміни споживчих моделей та загального соціально-економічного стану суспільства. У кризові періоди населення починає інакше оцінювати фінансові ризики, можливості майбутніх доходів та рівень

власної економічної безпеки. Саме тому заощадження перестають виконувати лише функцію накопичення коштів і дедалі більше сприймаються як механізм виживання та адаптації до нестабільного середовища. Водночас особливість кризових періодів полягає у тому, що навіть за умов скорочення доходів частина населення все одно намагається формувати хоча б мінімальний фінансовий резерв, часто за рахунок відмови від неперіоритетних витрат. Це свідчить про суттєву трансформацію поведінкових установок та зміну підходу до фінансового планування [24].

У стабільних економічних умовах заощаджувальна поведінка населення переважно залежить від рівня доходів, доступності фінансових інструментів, довіри до банківської системи та загального рівня економічної впевненості. У періоди економічного зростання домогосподарства частіше орієнтуються на поточне споживання, придбання товарів тривалого користування, покращення житлових умов або інвестиції у власний комфорт. Високий рівень споживчої активності зазвичай супроводжується зниженням частки заощаджень у структурі доходів населення. Натомість у кризові роки ситуація суттєво змінюється. Люди починають обмежувати витрати, переглядати структуру бюджету та концентруватися на створенні резерву коштів, навіть якщо реальні фінансові можливості для цього є досить обмеженими.

Показовими у цьому контексті стали економічні кризи 2008–2009 років та 2014–2015 років в Україні. Після фінансової кризи 2008 року населення зіткнулося не лише зі скороченням доходів, а й із суттєвим падінням довіри до банківської системи. Значна девальвація гривні та банкрутство окремих фінансових установ призвели до того, що частина населення почала уникати довгострокового зберігання коштів у банках. Водночас домогосподарства стали більш обережними щодо кредитування та великих витрат. За даними Національного банку України, саме після кризи 2008 року спостерігалось помітне зниження споживчого кредитування та одночасне підвищення схильності населення до накопичення готівкових коштів, переважно в іноземній валюті.

Криза 2014–2015 років посилила ці тенденції. Високий рівень інфляції, різке зростання курсу іноземної валюти, політична нестабільність та воєнні події сформували у населення стійке відчуття економічної небезпеки. У цей період значна частина домогосподарств почала скорочувати витрати навіть на звичні категорії споживання. За результатами соціологічних досліджень, більше половини населення у кризові роки відмовлялися від дорогих покупок, рідше користувалися кредитними коштами та намагалися створити хоча б мінімальні фінансові резерви. Особливо помітною стала зміна поведінки серед середнього класу, який до кризового періоду був більш орієнтований на активне споживання. Населення почало значно уважніше ставитися до планування бюджету та оцінки майбутніх витрат.

Важливою особливістю заощаджувальної поведінки в умовах кризи є те, що мотиви накопичення коштів змінюються. Якщо у стабільні періоди заощадження часто мають інвестиційний або накопичувальний характер, то під час економічної нестабільності домінує захисна функція заощаджень. Люди накопичують кошти не для великих покупок чи довгострокових фінансових цілей, а для забезпечення елементарної фінансової безпеки. Саме тому навіть домогосподарства із невисокими доходами намагаються зменшувати поточне споживання та формувати резерв на випадок втрати роботи, різкого зростання цін або інших непередбачуваних обставин [25].

Суттєвий вплив на заощаджувальну поведінку населення має інфляція. У кризові періоди населення значно гостріше реагує на знецінення доходів, оскільки навіть незначне зростання цін може істотно впливати на рівень життя. В умовах високої інфляції змінюється і форма заощаджень. Якщо за стабільної економічної ситуації населення частіше використовує банківські депозити або інвестиційні інструменти, то під час криз домінує прагнення зберігати кошти у готівковій формі або в іноземній валюті. Це пояснюється низьким рівнем довіри до фінансової системи та бажанням мінімізувати ризики втрати заощаджень. Особливо

характерною така поведінка є для країн із досвідом тривалих економічних криз, де населення вже має сформовану недовіру до банківської системи та державної економічної політики.

Пандемія COVID-19 також суттєво вплинула на заощаджувальну поведінку населення. На відміну від попередніх криз, пандемічний період поєднав економічну невизначеність із соціальними обмеженнями та психологічною нестабільністю. Значна частина населення скоротила витрати через страх втрати роботи або зменшення доходів. Водночас обмеження на подорожі, дозвілля та окремі види послуг призвели до вимушеного скорочення споживання. У результаті частина домогосподарств почала формувати заощадження навіть без свідомої стратегії накопичення. Дослідження ОЕСД та Світового банку показали, що у період пандемії населення багатьох країн збільшило частку заощаджень саме через невизначеність щодо майбутнього.

Після 2022 року заощаджувальна поведінка українського населення зазнала ще глибших змін. Повномасштабна війна, міграційні процеси, нестабільність ринку праці та загальна економічна невизначеність призвели до того, що питання фінансової безпеки стало одним із головних пріоритетів для значної частини населення. Водночас ситуація ускладнювалася тим, що можливості для накопичення коштів суттєво скоротилися через падіння реальних доходів. У результаті сформувалася суперечлива модель поведінки: населення прагне заощаджувати, але часто не має достатнього фінансового ресурсу для цього. Через це частина домогосподарств переходить до так званого «прихованого заощадження», коли економія відбувається шляхом відмови від необов'язкових витрат, скорочення споживання або переходу до дешевших товарів.

Слід зазначити, що заощаджувальна поведінка значною мірою залежить від рівня доходів населення. Для домогосподарств із низькими доходами криза зазвичай означає не збільшення заощаджень, а вимушене скорочення базового споживання. Такі сім'ї часто не мають можливості накопичувати кошти навіть у

мінімальному обсязі, оскільки більша частина доходів витрачається на продукти харчування та комунальні послуги. Натомість середній клас частіше змінює структуру витрат та переходить до більш ощадливої моделі поведінки. Саме серед домогосподарств із середнім рівнем доходів найбільш помітним є зростання фінансової обережності, скорочення імпульсивного споживання та відмова від ризикованих витрат.

Важливою рисою кризової заощаджувальної поведінки є також зміна ставлення до кредитування. Якщо у стабільні періоди населення активно використовує споживчі кредити, розстрочки та банківські позики для підтримання рівня споживання, то під час криз попит на кредитні продукти помітно скорочується. Люди починають уникати довгострокових фінансових зобов'язань через невпевненість у майбутніх доходах. Це особливо помітно на ринку іпотечного кредитування та великих споживчих позик. У кризові роки населення переважно намагається обмежити боргове навантаження та зберігати максимальну фінансову гнучкість.

Заощаджувальна поведінка населення у кризові періоди має також психологічний аспект. Постійне інформаційне напруження, новини про інфляцію, безробіття або нестабільність фінансового ринку формують у населення тривожність та прагнення до фінансового самозахисту. Часто навіть домогосподарства зі стабільним доходом починають поводитися більш обережно лише через негативні економічні очікування. Саме тому у кризові роки населення значно рідше здійснює спонтанні покупки та більш уважно оцінює доцільність кожної витрати [26].

Водночас тривала економічна нестабільність може формувати і негативні наслідки для споживчої активності. Надмірна орієнтація населення на накопичення коштів та скорочення витрат призводить до зниження внутрішнього попиту, що, у свою чергу, уповільнює економічне відновлення. Таким чином, заощаджувальна поведінка має подвійний характер: для окремого домогосподарства вона виступає

механізмом фінансового захисту, однак на макроекономічному рівні масове скорочення споживання може посилювати кризові процеси.

У сучасних умовах заощаджувальна поведінка населення поступово набуває більш раціонального характеру. Кризи останніх десятиліть показали, що населення починає приділяти більше уваги фінансовому плануванню, формуванню резервних коштів та оцінці економічних ризиків. Водночас рівень фінансової стійкості домогосподарств в Україні залишається обмеженим через недостатній рівень доходів та високий рівень економічної невизначеності. Саме тому навіть за наявності прагнення до заощадження значна частина населення продовжує залишатися фінансово вразливою до кризових явищ.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ДО КРИЗОВИХ УМОВ

3.1. Стратегії адаптації домогосподарств до економічних криз

Економічні кризи суттєво змінюють не лише структуру споживання населення, але й сам механізм функціонування домогосподарств. У періоди нестабільності сім'ї змушені адаптуватися до нових фінансових умов, переглядати власні витрати, джерела доходів та підходи до управління ресурсами. Особливість кризових періодів полягає у тому, що домогосподарство фактично перетворюється на окрему систему економічного виживання, у межах якої кожне фінансове рішення починає оцінюватися з точки зору ризику, необхідності та довгострокових наслідків. Саме тому в умовах економічної нестабільності населення поступово формує певні адаптаційні стратегії, які дозволяють підтримувати хоча б мінімальний рівень фінансової стабільності [27].

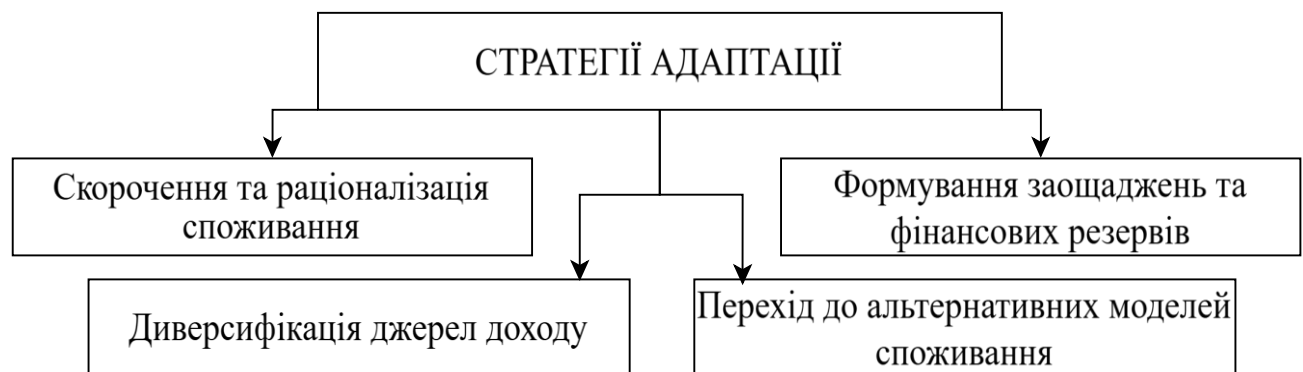


Рис. 3.1. Основні стратегії адаптації домогосподарств до економічних криз

Адаптація домогосподарств до кризових умов зазвичай відбувається не одномоментно. На початкових етапах економічної нестабільності населення часто намагається зберегти звичний рівень споживання, використовуючи заощадження або кредитні ресурси. Однак зі зростанням тривалості кризи поведінка змінюється. Домогосподарства починають скорочувати витрати, переглядати структуру

споживання, змінювати фінансові пріоритети та шукати нові способи підтримки доходів. При цьому окремі адаптаційні стратегії можуть поєднуватися між собою, оскільки в реальному житті населення рідко використовує лише один механізм пристосування до кризових умов.

Однією з найбільш поширених стратегій адаптації є стратегія скорочення та раціоналізації споживання. Саме вона зазвичай стає першою реакцією населення на економічну нестабільність. Домогосподарства починають переглядати структуру власних витрат, відмовлятися від другорядних покупок та концентруватися на забезпеченні базових потреб. Найбільшого скорочення зазнають витрати на дозвілля, туристичні послуги, ресторани, техніку, дорогий одяг та інші категорії, які не мають критичного значення для повсякденного життя. Водночас зростає увага до цін, акційних пропозицій, програм лояльності та дешевших аналогів товарів.

У межах цієї стратегії змінюється і сам підхід до споживання. Якщо у стабільний період частина витрат може мати імпульсивний або емоційний характер, то під час кризи домогосподарства починають діяти більш раціонально. Покупки частіше плануються заздалегідь, аналізується співвідношення ціни та якості, а рішення про придбання дорогих товарів відкладаються до моменту стабілізації ситуації. Дослідження українських соціологічних служб після 2022 року показали, що понад 60 % населення почали частіше купувати дешевші товари, а близько половини домогосподарств суттєво скоротили витрати на непродуктивне споживання. Це свідчить про те, що стратегія раціоналізації витрат є однією з наймасовіших форм адаптації населення до кризових умов [28].

Другою важливою стратегією є стратегія формування заощаджень та фінансових резервів. В умовах економічної нестабільності населення починає більше орієнтуватися на фінансову безпеку, навіть якщо реальні можливості для накопичення коштів є обмеженими. Домогосподарства прагнуть створити резерв на випадок втрати роботи, погіршення економічної ситуації або непередбачуваних

витрат. Часто це супроводжується відмовою від частини звичних витрат та переходом до більш стриманої моделі споживання.

Особливість цієї стратегії полягає в тому, що заощадження під час криз сприймаються не як інструмент інвестування чи накопичення на великі покупки, а як механізм захисту від невизначеності. Саме тому населення у кризові роки значно рідше витрачає кошти на необов'язкові покупки та більш обережно ставиться до кредитування. У багатьох випадках домогосподарства переходять до так званої «оборонної фінансової поведінки», коли головною метою стає збереження стабільності, а не підвищення рівня споживання. Цікаво, що навіть за низьких доходів населення часто прагне накопичувати хоча б мінімальні резерви, скорочуючи витрати на відпочинок, техніку або інші другорядні потреби.

Третьою адаптаційною стратегією є диверсифікація джерел доходу. У кризові періоди значна частина населення починає шукати додаткові способи заробітку, оскільки основного доходу часто вже недостатньо для підтримки звичного рівня життя. Це може проявлятися у пошуку підробітку, переході до дистанційної зайнятості, розвитку малого підприємництва, неформальної зайнятості або трудовій міграції. Особливо помітною така тенденція стала після економічних криз 2014 року та після початку повномасштабної війни, коли значна частина населення була змушена змінювати формат трудової діяльності або шукати нові джерела доходів через нестабільність ринку праці.

Важливо, що диверсифікація доходів поступово стала не лише тимчасовою реакцією на кризу, а й доволі стійкою моделлю економічної поведінки. Частина домогосподарств почала сприймати наявність одного джерела доходу як ризик. Саме тому зросла популярність фрилансу, онлайн-зайнятості, сезонної роботи та інших форм гнучкого заробітку. Водночас така стратегія має і негативні аспекти, оскільки часто супроводжується нестабільністю доходів, відсутністю соціальних гарантій та високим рівнем емоційного навантаження. Проте для значної частини

населення саме диверсифікація доходів стала ключовим способом адаптації до кризових умов.

Четвертою стратегією адаптації є стратегія переходу до альтернативних моделей споживання. У кризові періоди населення починає активніше використовувати способи економії, які раніше не мали значного поширення. Йдеться про купівлю вживаних товарів, обмін речами, спільне користування окремими ресурсами, розвиток домашнього виробництва або відмову від надмірного споживання. Значного поширення набувають секонд-хенди, онлайн-платформи для продажу вживаних товарів та різні форми повторного використання продукції.

Особливо помітною ця тенденція стала після 2020 року, коли економічна нестабільність поєдналася зі швидким розвитком цифрових платформ. Населення почало частіше купувати вживану техніку, меблі, одяг та навіть побутові товари, оскільки це дозволяло суттєво скоротити витрати. Одночасно змінювалося і ставлення до самого процесу споживання. Частина домогосподарств поступово відмовлялася від демонстративного споживання та переходила до більш практичного підходу до використання ресурсів. У певному сенсі економічні кризи сприяли формуванню більш стриманої та раціональної культури споживання, хоча основною причиною таких змін залишалася саме фінансова необхідність.

Слід зазначити, що ефективність адаптаційних стратегій значною мірою залежить від рівня доходів, освіти, віку та соціального становища домогосподарства. Населення з вищими доходами зазвичай має більше можливостей для диверсифікації джерел прибутку або формування фінансових резервів. Для домогосподарств із низькими доходами основною стратегією адаптації часто стає саме скорочення споживання, оскільки інші механізми потребують певного фінансового ресурсу. Водночас молодші вікові групи зазвичай швидше адаптуються до нових економічних умов, активніше використовують цифрові технології та гнучкі форми зайнятості.

Кризові періоди також змінюють саме ставлення населення до фінансової поведінки. Домогосподарства поступово починають приділяти більше уваги плануванню бюджету, оцінці ризиків та контролю витрат. Якщо у стабільні роки значна частина споживання може мати емоційний або статусний характер, то під час криз ключового значення набувають функціональність, довговічність та економічна доцільність. Частина таких змін закріплюється навіть після завершення кризових явищ і стає основою нової моделі споживчої поведінки.

Таким чином, адаптація домогосподарств до економічних криз є складним процесом, який охоплює зміну структури споживання, фінансових пріоритетів та загальної економічної поведінки населення. Найбільш поширеними стратегіями адаптації виступають скорочення та раціоналізація споживання, формування заощаджень, диверсифікація джерел доходу та перехід до альтернативних моделей споживання. Усі ці стратегії спрямовані насамперед на зниження фінансових ризиків та підтримку стабільності домогосподарств в умовах економічної невизначеності. Водночас тривалі кризові процеси формують більш обережну та раціональну модель споживчої поведінки, у межах якої населення починає значно уважніше ставитися до власних ресурсів та фінансових можливостей.

3.2. Роль державної політики у підтримці споживання населення

У періоди економічної нестабільності роль державної політики у підтримці споживання населення суттєво зростає, оскільки саме держава виступає одним із головних суб'єктів, здатних частково компенсувати негативні наслідки кризових процесів для домогосподарств. Економічні кризи зазвичай супроводжуються скороченням доходів населення, зростанням безробіття, інфляцією, девальвацією національної валюти та погіршенням загального рівня життя. За таких умов споживча активність населення різко знижується, що, у свою чергу, негативно впливає на економіку держави загалом [29].

Основною метою державного втручання у кризові періоди є недопущення різкого падіння рівня споживання, оскільки суттєве скорочення внутрішнього попиту здатне поглиблювати економічний спад. Коли населення починає масово економити, скорочуються обсяги продажу товарів і послуг, зменшуються доходи підприємств, зростає безробіття та посилюється фінансова нестабільність. У результаті виникає своєрідний замкнений цикл економічного спаду, у межах якого зниження споживання ще більше погіршує економічну ситуацію.

Одним із найважливіших напрямів державної політики є система соціальної підтримки населення. У кризові періоди саме соціальні виплати стають одним із головних джерел підтримки споживання для значної частини домогосподарств. Йдеться про пенсії, допомогу малозабезпеченим сім'ям, субсидії, виплати безробітним, підтримку внутрішньо переміщених осіб та інші форми соціального забезпечення. Особливо важливими такі механізми є для населення з низьким рівнем доходів, оскільки саме ці групи найбільш вразливі до економічних потрясінь. У періоди високої інфляції або різкого зростання цін соціальні виплати частково компенсують втрату купівельної спроможності та дозволяють підтримувати хоча б мінімальний рівень споживання.

Показовим прикладом стали кризові періоди в Україні після 2014 року та після початку повномасштабної війни у 2022 році. В умовах різкого скорочення доходів населення держава була змушена суттєво розширити програми соціальної підтримки. Значного поширення набули житлові субсидії, фінансова допомога внутрішньо переміщеним особам, програми підтримки безробітних та окремих соціально вразливих категорій населення.

Важливу роль у підтримці споживання відіграє також політика регулювання ринку праці. Збереження зайнятості населення є одним із ключових чинників підтримки внутрішнього попиту, оскільки саме трудові доходи залишаються основним джерелом фінансового забезпечення домогосподарств. У кризові періоди держави часто впроваджують програми підтримки бізнесу, компенсації заробітних

плат або стимули для збереження робочих місць. Під час пандемії COVID-19 багато країн використовували механізми часткової компенсації доходів працівників, щоб уникнути масового безробіття. Аналогічні заходи застосовувалися і в Україні, де окремі програми були спрямовані на підтримку малого та середнього бізнесу, який забезпечує значну частину зайнятості населення.

Окремого значення набуває політика стримування інфляції, оскільки саме зростання цін є одним із головних факторів скорочення реального споживання населення. Навіть за формального збереження рівня доходів висока інфляція суттєво знижує купівельну спроможність домогосподарств. У кризові періоди центральні банки та уряди намагаються стабілізувати валютний ринок, контролювати інфляційні процеси та підтримувати фінансову систему.

Не менш важливим напрямом державної підтримки є регулювання цін на соціально значущі товари та послуги. У кризові роки держави часто використовують механізми контролю або обмеження цін на окремі категорії продукції, насамперед продукти харчування, медикаменти, паливо чи комунальні послуги. Хоча подібні заходи не завжди є довгостроково ефективними з економічної точки зору, вони дозволяють тимчасово стримати різке падіння рівня життя населення та уникнути соціального напруження.

У сучасних умовах важливу роль у підтримці споживання відіграють також цифрові державні програми та механізми адресної допомоги. Наприклад, в Україні після 2022 року активно використовувалися цифрові інструменти фінансової підтримки населення через державні онлайн-сервіси. Такі механізми дозволили швидше надавати допомогу окремим категоріям населення та частково підтримувати внутрішній попит. Крім того, цифровізація державних послуг спростила доступ населення до соціальних програм, що стало особливо важливим в умовах воєнного часу та масових переміщень населення.

Разом із тим державна політика підтримки споживання має і певні обмеження. Надмірне збільшення соціальних виплат або державних витрат у

кризові періоди може посилювати інфляційний тиск та створювати додаткове навантаження на бюджет. Саме тому ефективна підтримка споживання потребує збалансованого поєднання соціальних, фінансових та економічних інструментів. Крім того, значну роль відіграє рівень довіри населення до державної політики. Якщо громадяни не впевнені у стабільності економічної ситуації або ефективності державних рішень, навіть значні програми підтримки можуть не забезпечити очікуваного зростання споживчої активності.

Важливо також враховувати, що державна підтримка споживання не повинна обмежуватися лише короткостроковими антикризовими заходами. Тривала економічна нестабільність потребує формування більш стійкої системи соціального захисту, розвитку ринку праці, підвищення рівня доходів населення та створення умов для економічного відновлення.

3.3. Перспективи відновлення та трансформації моделей споживання після криз

Після завершення кризових періодів моделі споживання населення зазвичай не повертаються повністю до попереднього стану, оскільки економічні потрясіння змінюють не лише рівень доходів, але й сам підхід населення до витрат і фінансового планування. Кризові явища формують нові поведінкові звички, підвищують обережність у споживанні та змінюють систему пріоритетів. Частина змін має тимчасовий характер і поступово зникає після стабілізації економіки, однак окремі трансформації закріплюються надовго та стають основою нової моделі споживчої поведінки [30].

Після тривалих періодів економічної нестабільності населення зазвичай зберігає схильність до ощадливої поведінки навіть за умов поступового відновлення доходів. Це проявляється у більш стриманому ставленні до великих покупок, підвищеній увазі до заощаджень та більш раціональному плануванні

витрат. Однією з головних тенденцій післякризового періоду є поступове відновлення відкладеного попиту на техніку, житло, ремонт, туристичні та інші послуги, однак таке відновлення зазвичай відбувається повільно та обережно. Населення рідше повертається до імпульсивного споживання, а рішення про значні витрати приймаються більш зважено.

Помітною тенденцією сучасного періоду є закріплення більш раціональної моделі споживання. Якщо у докризові роки значна частина населення орієнтувалася на престижність та демонстративний характер споживання, то після криз ключового значення дедалі частіше набувають практичність, довговічність та економічна доцільність товару. Населення починає уважніше оцінювати співвідношення ціни та якості, частіше порівнює пропозиції та менше схильне до спонтанних покупок. Одночасно посилюється прагнення до формування фінансових резервів, оскільки досвід економічної нестабільності формує потребу у фінансовій безпеці навіть після покращення економічної ситуації.

Суттєвий вплив на трансформацію моделей споживання після криз має розвиток цифрових технологій. Пандемія COVID-19 та подальші кризові процеси значно прискорили цифровізацію споживання, зробивши онлайн-торгівлю, безготівкові платежі та дистанційні сервіси звичною частиною повсякденного життя населення. Більшість таких змін збереглася і після завершення активної фази пандемії, що свідчить про довгостроковий характер окремих трансформацій. Крім того, кризові явища поступово змінюють ставлення населення до якості життя та системи потреб, посилюючи орієнтацію на помірковане та більш усвідомлене споживання.

Перспективи відновлення моделей споживання значною мірою залежать від загального економічного стану держави, рівня доходів населення, ситуації на ринку праці та ефективності державної політики. Для України сучасні трансформації споживчої поведінки тісно пов'язані з наслідками війни, високим рівнем економічної невизначеності та необхідністю адаптації населення до нестабільних

умов. Ймовірно, навіть після стабілізації економічної ситуації значна частина домогосподарств ще тривалий час зберігатиме схильність до заощаджень, обережного споживання та уникнення ризикованих фінансових рішень, що поступово формуватиме нову модель економічної поведінки населення.

ВИСНОВКИ

У ході виконання курсової роботи було досліджено особливості зміни моделі споживання населення в кризові періоди та визначено основні фактори трансформації споживчої поведінки. Проведений аналіз підтвердив актуальність теми, оскільки саме сфера споживання найбільш швидко реагує на економічні потрясіння та відображає реальний рівень соціально-економічної стійкості населення. Сучасні кризові процеси, що супроводжуються інфляцією, скороченням доходів та нестабільністю ринку праці, суттєво впливають не лише на структуру витрат населення, але й на сам підхід до фінансового планування та споживання.

У першому розділі роботи було встановлено, що споживча поведінка формується під впливом економічних, соціальних, психологічних та інформаційних факторів. Дослідження показало, що модель споживання населення постійно змінюється залежно від економічної ситуації та рівня соціальної стабільності. Найбільший вплив на поведінку споживачів у кризові періоди здійснюють скорочення реальних доходів, інфляція та психологічна невизначеність. Саме ці фактори змушують домогосподарства переглядати структуру витрат, концентруватися на базових потребах та відмовлятися від неперіоритетного споживання.

У процесі аналізу факторів деформації та трансформації моделі споживання було з'ясовано, що визначальним чинником залишається рівень доходів населення. Водночас важливу роль відіграють і психологічні аспекти, оскільки навіть за відносно стабільних доходів населення може скорочувати витрати через страх подальшого погіршення економічної ситуації. У роботі доведено, що кризові процеси поступово формують більш раціональну модель споживання, у межах якої населення уважніше ставиться до планування бюджету та оцінки власних потреб.

У другому розділі було досліджено вплив скорочення доходів населення на структуру споживання та зміну споживчих пріоритетів. Аналіз статистичних і

соціологічних даних показав, що в умовах економічної нестабільності суттєво зростає частка витрат на продукти харчування, комунальні послуги та медичне забезпечення, тоді як витрати на дозвілля, техніку, туризм та інші неперіоритетні категорії скорочуються насамперед. Особливо помітним є падіння попиту на дорогі товари та послуги, що пояснюється як зниженням купівельної спроможності населення, так і прагненням уникати фінансових ризиків.

У ході дослідження також було встановлено, що зміна пріоритетів споживання проявляється не лише у скороченні витрат, а й у зміні самого підходу до споживання. Якщо у міжкризовий період значна частина населення орієнтувалася на комфорт, престижність або емоційний характер покупок, то в кризові роки ключового значення набувають практичність, функціональність та економічна доцільність товару. Населення починає частіше користуватися акційними пропозиціями, переходить до дешевших брендів, рідше здійснює імпульсивні покупки та більш уважно планує витрати.

Окрему увагу у роботі було приділено дослідженню заощаджувальної поведінки населення під час криз. Аналіз показав, що заощадження в умовах економічної нестабільності стають одним із ключових механізмів фінансової безпеки домогосподарств. Навіть за умов скорочення доходів населення намагається створити хоча б мінімальний фінансовий резерв, часто за рахунок відмови від другорядного споживання. Водночас кризові процеси суттєво впливають на довіру населення до банківської системи, кредитування та довгострокового фінансового планування.

У третьому розділі роботи було досліджено основні напрями адаптації споживчої поведінки до кризових умов. Проведений аналіз показав, що домогосподарства використовують різні механізми пристосування до економічної нестабільності, серед яких найбільш поширеними є скорочення неперіоритетних витрат, перехід до більш ощадливого споживання, формування фінансових резервів та пошук додаткових джерел доходу. Водночас було доведено важливу роль

державної політики у підтримці споживання населення, оскільки саме ефективність соціального захисту та підтримка доходів значною мірою визначають глибину трансформації споживчої поведінки.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновок, що поставлена у роботі мета була досягнута, а визначені завдання — виконані. Проведений аналіз підтвердив, що економічні кризи формують більш обережну, раціональну та орієнтовану на фінансову безпеку модель поведінки населення. Частина таких змін має тимчасовий характер, однак окремі трансформації закріплюються на довгий період і продовжують впливати на споживчу поведінку навіть після стабілізації економічної ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Городняк І. В. Чинники формування споживчої поведінки домогосподарств. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 13. – С. 13–16
2. Літинська В. А. Теоретичні засади поведінки споживачів за сучасних умов. – 2024. – С. 115–125
3. Іваненко Л. М., Смерічевська С. В., Смерічевський С. Ф. Поведінка споживачів : навч. посіб. – Суми : Університетська книга, 2024. – 306 с.
4. Гнатенко М. К. Поведінка споживача : конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 53 с.
5. Проскурніна Н. В., Бестужева С. В., Козуб В. О. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. Економіка та суспільство. – 2022. – Вип. 36. – С. 77
6. Селезньова В. М., Вірченко В. В. Трансформація споживчої поведінки українських домогосподарств у контексті повномасштабної війни. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». – 2025. – № 32
7. Пахуча Е. В. Поведінка споживача : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» – Харків, 2023. – 126 с.
8. Волкова І. М. Трансформація поведінки споживачів під впливом цифрових технологій. Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 82. – С. 580
9. Лижник Ю. Б., Приймак Н. С., Богатирьова Г. А. Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Поведінка споживачів». – Кривий Ріг, 2022. – 122 с.

10.Іванченкова Л. В., Маркова Т. Д., Антонюк Ю. А., Волкова А. Ю. Моделі поведінки споживачів у контексті цифрової трансформації: тенденції та перспективи // Економічний вісник Донбасу. – 2025. – № 2(80). – С. 92–98

11.Біль М. М., Мульська О. П. Моделі споживчої поведінки домогосподарств та регіональні особливості їх формування в Україні. Регіональна економіка. – 2021. – № 2. – С. 53–60

12.Ільчук О. О., Миськів Г. В. Тенденції зміни поведінки споживачів під час кризових явищ в економіці України та країн Європи. Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. № 49. – С. 27–32

13.Лазебник В. В., Лазебник С. О. Вплив кризових періодів на купівельну спроможність споживачів. – 2024. – С. 29–36

14.Мудрий О. А. Формування та напрями оптимізації споживчої поведінки громадян у контексті підвищення фінансової грамотності : кваліфікаційна робота магістра. – Тернопіль, 2025. – 61 с.

15.Ортіна Г. В. Причини виникнення і наслідки економічних криз в ринковій економіці як об'єкти державного впливу. Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2015. – № 2. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1101>

16.Решетнікова І. Л., Сагайдак М. П. Вплив економічної кризи на поведінку вітчизняних споживачів і сприйняття інновацій. Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016. – № 4. – С. 191–205

17.Шишкін В. С. Зміни рівня та структури доходів домогосподарств України під впливом повномасштабної війни // Економіка та суспільство. – 2024. – Вип. № 62. – С. 378–387

18.Крилов Д. В. Споживання домогосподарств як індикатор стану національної економіки України. Економіка та управління національним господарством. – 2022. – С. 1–5

19. Дослідження Nielsen: на чому економлять і чого бояться українці (+інфографіка) [Електронний ресурс]. – URL: <https://rau.ua/news/nielsen-ekonomlyat-ukrayintsi/>

20. Рівень оптимізму, необхідність непопулярних рішень для отримання Західного фінансування, сприйняття загроз: результати опитування, проведеного 20–27 квітня 2026 року [Електронний ресурс] / КМІС. – URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1611&page=1>

21. Економічні свободи для зміцнення соціально-економічного розвитку України в умовах глобальних трансформацій. наук. ред. В. Юрчишин. – Київ : Заповіт, 2020. 276 с.

22. Мудрий О. А. Формування та напрями оптимізації споживчої поведінки громадян у контексті підвищення фінансової грамотності : кваліфікаційна робота магістра. – Тернопіль, 2025. – 61 с.

23. Сокур М. Б. Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку України в умовах глобальних викликів. Соціальна економіка. – 2020. – Вип. 60. – С. 38–46

24. Березівський Я. П. Проблемні аспекти, пріоритети та засоби зміцнення фінансово-економічної безпеки суб'єктів малого підприємництва в Україні // Підприємництво і торгівля. – 2021. – № 28. – С. 49–55

25. Возняк Г. В., Каспшишак А. В. Детермінанти формування фінансової поведінки домогосподарств регіону в умовах сучасних викликів // Регіональна економіка. – 2024. – № 2. – С. 114–126

26. Котенко Т. М., Короткова Д. С. Фактори споживчої поведінки домогосподарств України у довоєнний і воєнний періоди: колективний підхід до визначення та оцінки. Статистика України. – 2023. – № 2. – С. 31–40

27. Кібальник Л. О., Кравченко О. О., Кушніренко Д. О. Міжнародні підходи до управління людськими ресурсами: адаптація для України у воєнний та повоєнний період. Економіка та суспільство. – 2024. – Вип. № 66. – С. 90–96

28.Мадалиць В. В. Соціальна функція держави та права людини: механізми захисту в умовах воєнного стану. Аналітично-порівняльне правознавство. – 2025. – Вип. 1. – С. 41–47

29.Шестаковська Т. Л., ред. Сучасні стратегії адаптації та розвитку в умовах турбулентності та гібридних війн : колективна монографія. – Чернігів, 2026. – 303 с.

30.Омельяненко В. А., ред. Від кризи до зростання: уроки ЄС для промислового відновлення України : колективна монографія. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2024. – 198 с.