

УДК 330.5

Бойда Світлана Василівна

кандидат економічних наук,

асистент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Boida Svitlana

*PhD in Economics, Assistant of the Department of
Economic Theory, Management and Administration*

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ORCID: 0000-0002-5892-0104

**ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ
ДОМОГОСПОДАРСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ
TRENDS IN THE FORMATION OF HOUSEHOLD CONSUMER
DEMAND IN MODERN CONDITIONS**

***Анотація.** У статті розглянуто особливості споживчої поведінки домогосподарств у період пандемії COVID-19, карантинних обмежень та військової агресії росії; проаналізовано динаміку структури споживчих витрат домогосподарств у довоєнний період та під час війни; визначено чинники формування споживчого попиту – які існували до війни (рівень доходів домогосподарств і соціально-економічний розвиток країни загалом, демографічні, соціальні та культурні чинники, розвиток технологій) та ті, що виникли під час війни (економічна нестабільність і невизначеність майбутнього, зростання міграційних процесів, зміни у споживчих уподобаннях, зміни в структурі виробництва). Методологічною основою дослідження є методи аналізу й синтезу, індукції та дедукції, порівняння та наукового узагальнення. Окреслено*

тенденції споживчої поведінки домогосподарств у сучасних умовах соціально-економічної нестабільності. Внутрішній споживчий попит домогосподарств зазнав суттєвих структурних змін, починаючи з 2020 року. За аналізований період Індекс споживчих настроїв жодного разу не досягнув значення 100, що підтверджує негативну динаміку споживчих настроїв у суспільстві. Однак, після значного скорочення попиту домогосподарств на початку війни, у теперішній час спостерігається певне його відновлення та частково пожвавлення. Позитивні споживчі очікування спостерігаються за рахунок невеликого зростання Індексу очікуваних змін матеріального становища та доцільності робити великі закупи. Результати проведеного дослідження свідчать, що збільшення споживчого попиту може стати ефективним інструментом у повосному відновленні вітчизняної економіки, оскільки: 1) спричинятиме відповідне зростання пропозиції та виробництва; 2) через створення синергетичного ефекту може запустити позитивне коло економічного зростання; 3) сприяє зменшенню безробіття; 4) позитивно впливає на фінансову стабільність бізнесу; 5) покращує якість життя домогосподарств.

Ключові слова: *домогосподарства, споживчий попит, споживчі витрати, споживчі очікування, соціально-економічна нестабільність.*

Summary. *The article examines the peculiarities of household consumer behavior during the COVID-19 pandemic, quarantine restrictions and russian military aggression; analyzes the dynamics of the structure of household consumer spending in the pre-war period and during the war; identifies the factors shaping consumer demand - those that existed before the war (household income and socio-economic development of the country in general, demographic, social and cultural factors, technology development) and those that emerged during the war (economic instability and uncertainty of the future).*

The methodological basis of the study is the methods of analysis and synthesis, induction and deduction, comparison and scientific generalization. The article outlines trends in household consumer behavior in the current conditions of socio-economic instability. Domestic consumer demand of households has undergone significant structural changes since 2020. During the analyzed period, the Consumer Confidence Index never reached the value of 100, which confirms the negative dynamics of consumer sentiment in society. However, after a significant decline in household demand at the beginning of the war, it is now recovering somewhat and is partially reviving. Positive consumer expectations are observed due to a slight increase in the Index of Expected Changes in Financial Standing and the expediency of making large purchases. The results of the study show that an increase in consumer demand can be an effective tool in the post-war recovery of the domestic economy, since: 1) it will lead to a corresponding increase in supply and production; 2) by creating a synergistic effect, it can launch a positive circle of economic growth; 3) it helps to reduce unemployment; 4) it has a positive impact on the financial stability of businesses; 5) it improves the quality of life of households.

Key words: *households, consumer demand, consumer spending, consumer expectations, socioeconomic instability.*

Постановка проблеми. Пандемія Covid-19, функціонування економіки України в умовах карантинних обмежень та пізніше військової агресії росії спричинили зміну основних тенденцій формування споживчого попиту, визначили нові тренди споживчої поведінки на основі трансформації потреб домогосподарств та необхідності пристосування до нових соціально-економічних умов. У контексті повоєнного відновлення вітчизняної економіки підвищення споживчого попиту може стати одним із інструментів економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що вивченню закономірностей споживчої поведінки домогосподарств присвячені праці багатьох вітчизняних науковців. Ґрунтовний аналіз еволюції економічних моделей споживчої поведінки домогосподарств від унітарних до колективних здійснено Саріогло В. та Коротковою Д. [8]. Корисними для даного дослідження є напрацювання Кічурчак М. щодо структурування особливостей функціонування економіки України під час воєнної агресії [2]. Також у статті аналізуються ідеї та результати досліджень Крилова Д.В. [3], Кубатко О., Письменної У. [4], Онишко С.В. [5], Свидрука І.І. [9], Терентій А.Б. [10]. Однак сучасні нестабільні швидко змінювані умови залишають поле й визначають потребу для подальших досліджень у вибраному напрямку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в з'ясуванні суті споживчої поведінки домогосподарств, аналізі динаміки та структури споживчих витрат домогосподарств у довоєнний період та під час війни, визначенні основних чинників формування споживчого попиту домогосподарств та його ролі як джерела повоєнного відновлення економіки.

Виклад основного матеріалу. Згідно з класичним трактуванням, споживчий попит являє собою сукупність товарів і послуг, які домогосподарства готові придбати за конкретних умов, що склалися на ринку. Крім цін на товари і послуги, економічна теорія виокремлює такі основні фактори, що впливають на формування споживчого попиту, як доходи населення, очікування, смаки і уподобання, маркетинг і реклама, демографічні чинники тощо. Домогосподарства є специфічним об'єктом аналізу споживчої поведінки, оскільки вони можуть представлятися одним індивідом-носієм певних потреб, або включати декілька осіб, які об'єднують свої кошти та спільно їх витрачають, виступаючи у такий спосіб важливими економічними агентами [5, с. 114]. Дія соціально-

психологічних чинників, індивідуальні вподобання та мотиви окремих членів домогосподарств ускладнюють економічний аналіз споживчого попиту. У 2020 р. стрімке поширення пандемії Covid-19 та обмеження, введені Урядом для її подолання, визначили початок кризової ситуації на споживчому ринку України [9, с. 78]. Дія карантинних обмежень призвела до погіршення показників діяльності майже всіх галузей економіки та зниження споживчого попиту населення. Умовно з початком коронавірусної інфекції можна говорити про специфічний період для споживчого попиту, який характеризується новими рисами й тенденціями, і який, знову ж таки умовно, завершився з початком агресивної фази війни. На рис. 1 зображено динаміку структури споживчих витрат домогосподарств за 2018-2021 роки, тобто періоди – до початку пандемії та під час карантинних обмежень.

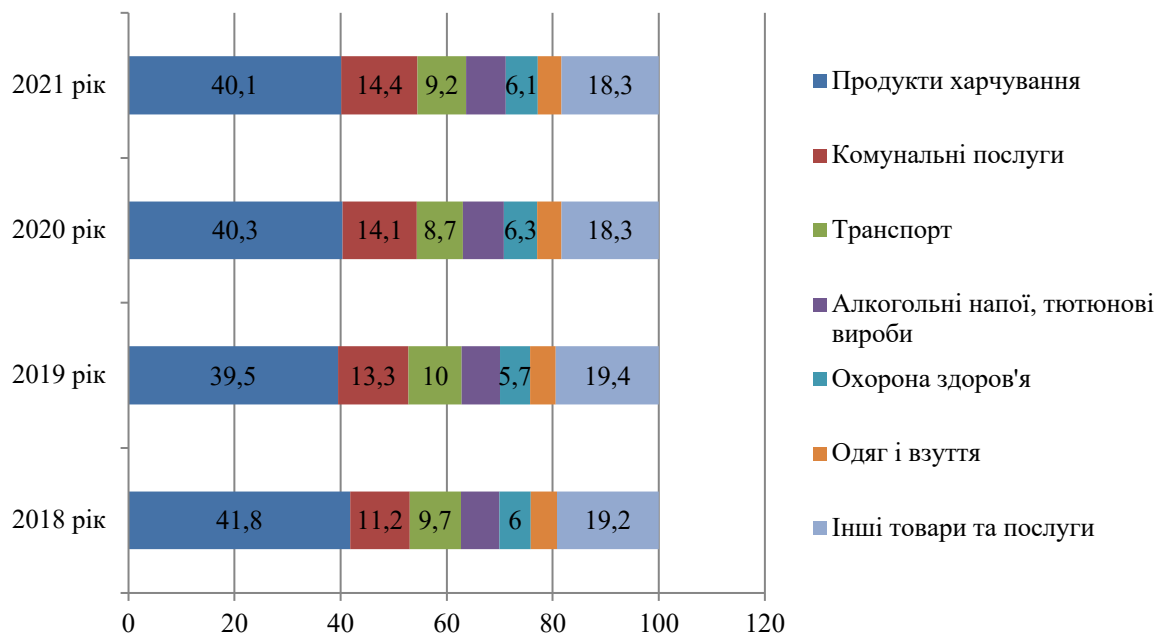


Рис. 1. Динаміка структури споживчих витрат домогосподарств за 2018-2021 рр. (довоєнний період)

Джерело: побудовано автором на основі [6]

З рис. 1 можна побачити, що вітчизняні домогосподарства витрачали на продукти харчування в аналізованому періоді приблизно 40% свого

бюджету. Для порівняння американці та британці витрачають на цю статтю 6-7% бюджету [7]. Продукти харчування та комунальні послуги – дві основні статті витрат українських домогосподарств, причому їх сумарна частка у 2020 році склала 54,4%, що на 1,6% більше, ніж у 2019 році, а у 2021 році сукупна частка цих статей витрат зросла до 54,5%. З початком війни ситуація ще більше погіршилася. Через втрату роботи, зменшення доходів з «раптовою бідністю» стикнулися навіть представники так званого середнього класу. Незважаючи на це, у структурі витрат домогосподарств з'явилася нова стаття - на благодійність та донати частину зарплати витрачає 28% громадян [7]. Ця стаття витрат у сучасних умовах має більше значення, ніж наприклад освіта та виплати кредитів.

Враховуючи відсутність повної офіційної статистичної інформації щодо структури кінцевих споживчих витрат домогосподарств, починаючи з 2022 року важко дати точну кількісну оцінку динаміки споживчого попиту. Однак аналіз окремих досліджень та вибірових спостережень свідчать, що після значного скорочення попиту домогосподарств на початку війни, останнім часом спостерігається часткове його відновлення та поживлення. За даними дослідження Info Sapiens «Споживчі настрої в Україні» у листопаді 2023 року Індекс споживчих настроїв українців становить 80,9 п. [1]. Індекс споживчих настроїв визначають на підставі вибірового обстеження вітчизняних домашніх господарств. Структура вибірки відповідає структурі населення за такими параметрами, як стать, вік, розмір населеного пункту і регіон відповідно до останніх наявних даних Державної служби статистики України перед повномасштабним вторгненням росії 24 лютого 2022 р. Значення індексу може змінюватися в межах від 0 до 200. Значення дорівнює 200 в тому разі, якщо всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки [1]. Для порівняння, Індекс споживчих

настроїв за березень 2022 р. (на початку війни) складав 92,4 п., за листопад 2022 р. – 85,2 п., за жовтень 2023 р. – 79,9 п. [1]. Жодного разу за аналізований період Індекс не досягнув значення 100, наведені дані підтверджують негативну динаміку споживчих настроїв у суспільстві. Але, все ж, кінець 2023 року характеризується певним пожвавленням споживчого попиту, порівняно з аналогічним періодом минулого року. Позитивні споживчі очікування спостерігаються за рахунок невеликого зростання Індексу очікуваних змін матеріального становища та доцільності робити великі закупи. У таблиці 1 визначено основні чинники формування споживчого попиту вітчизняних домогосподарств.

Таблиця 1

Чинники формування споживчого попиту домогосподарств

Чинники формування споживчого попиту домогосподарств	
ті, що існували до війни	ті, що виникли під час агресивної фази війни
1. Рівень доходів домогосподарств і соціально-економічний розвиток країни загалом. Вищий рівень доходів та певний соціально-економічний статус сприяють збільшенню попиту на непродовольчі товари вищої якості та соціо-культурні послуги.	1. Економічна нестабільність і невизначеність майбутнього. Погіршення економічної ситуації через війну, зростання безробіття, зменшення реальних доходів домогосподарств призводять до зниження споживчого попиту та змін у його структурі на користь продовольчих товарів першої необхідності та товарів і послуг, пов'язаних із безпекою.
2. Демографічні чинники. Чисельність населення, міграційні процеси (як в середині країни, так і між країнами), статево-вікова структура.	2. Зростання міграційних процесів. Переміщення населення у відносно безпечні регіони змінило географічну структуру попиту в межах країни. Значна зовнішня міграція призвела до зменшення загального рівня споживчого попиту домогосподарств.
3. Соціальні та культурні чинники. Мода, традиції, стереотипи (або відмова від них) визначають зміни у структурі споживчого попиту.	3. Зміни у споживчих уподобаннях. Невизначеність майбутнього, зокрема фінансового, страх призводять до змін у виборі товарів та послуг та/або зменшення споживчого попиту загалом з метою заощадження коштів.
4. Розвиток технологій. Технологічний прогрес призводить до виникнення нових товарів і послуг	4. Зміни в структурі виробництва. Війна призвела до часткового руйнування інфраструктури та змін у структурі

або удосконалення існуючих, що змінює споживчі настрої домогосподарств.	виробництва, що відповідно впливає на доступність певних товарів та послуг.
---	---

Джерело: складено автором

Основними тенденціями споживчої поведінки, які виникли з початком російської агресії у 2022 році, є, зокрема, купівля товарів соціальної групи тривалого зберігання (різні крупи, борошно, цукор) та товарів, призначених для задоволення потреби у безпеці. У періоди перебоїв у електропостачанні підвищеним попитом почали користуватися свічки, генератори, альтернативні засоби для освітлення та обігріву приміщень, теплий одяг тощо. Цікавою тенденцією споживчого попиту є те, що з певною стабілізацією ситуації домогосподарства почали активно купувати товари вітчизняних брендів свідомо з метою підтримки української економіки. Також варто відзначити стрибкоподібний характер попиту – який часто залежав від новин з фронту.

Базуючись на моделі економічного кругообігу та враховуючи той факт, що в економіці витрати одних суб'єктів завжди є доходами інших, збільшення споживчого попиту варто розглядати як ефективний інструмент у повоєнному відновленні вітчизняної економіки. Це пояснюється: 1) зростання споживчого попиту, відповідно до дії економічних законів, буде спричиняти відповідне зростання пропозиції та виробництва. Підприємства, відчуючи збільшений попит на свої товари і послуги, будуть нарощувати обсяги випуску, розширювати бізнес та створювати нові робочі місця; 2) створення синергетичного ефекту: коли домогосподарства починають більше витратити, це стимулює різні галузі економіки і запускає позитивне коло економічного зростання; 3) зменшення безробіття: збільшення виробництва у результаті зростання споживчого попиту може призвести до зменшення безробіття, оскільки у підприємств з'являється потреба в додаткових працівниках; 4) фінансова підтримка бізнесу: нарощення обсягів виробництва сприяє фінансовій

стабільності підприємств, що стає особливо актуальним у період післявоєнного відновлення, коли багато підприємств зазнали збитків або були фізично зруйновані; 5) зростання споживчого попиту позитивно впливає на якість життя населення, домогосподарства отримують доступ до більшого обсягу товарів і послуг.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що внутрішній споживчий попит домогосподарств зазнав певних структурних змін, починаючи з 2020 року. На фоні зростання цін, спостерігалось погіршення споживчих настроїв, що підтверджує соціально-економічну невпевненість домогосподарств. У цілому формування споживчого попиту є динамічним процесом, який залежить від синергетичного впливу різноманітних чинників, які змінюються залежно від конкретних соціально-економічних умов. Не зважаючи на певне покращення ситуації на споживчому ринку, споживчий попит залишається пригніченим через зростання рівня безробіття, скорочення реальних доходів та зовнішньої міграції населення України.

Література

1. Індекс споживчих настроїв у листопада 2023 року становить 80,9 п. Маркетингові дослідження. *Info Sapiens*. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/other-research-single-page?id=296> (дата звернення: 21.12.2023).
2. Кічурчак М. Економічні детермінанти і наслідки війни в Україні: аналіз на основі неповних даних. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. С. 13-32. doi: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6202>.
3. Крилов Д.В. Теоретико-функціональний аналіз домогосподарства в національній економіці України. *Economic Synergy*. 2023. № 1. С. 270-

280. doi: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-1-19>.
4. Кубатко О., Письменна У., Трипольська Г., Михайлов С., Півень В. Соціально-економічні аспекти розвитку електроенергетики в домогосподарствах України та ЄС. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-98>.
 5. Онишко С.В., Добрянська Н.Б. Фінансова поведінка домогосподарств України в умовах військової агресії та її вплив на формування довгострокових трендів післявоєнного розвитку. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2023. № 1 (127). С. 112-119. URL: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua/archive?id=156> (дата звернення: 21.12.2023).
 6. *Державна служба статистики України: офіційний вебсайт*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 21.12.2023).
 7. «Раптова бідність»: як змінився добробут українців за час війни. *Delo.ua: головний діловий портал України*. 2022. URL: <https://delo.ua/economy/raptova-bidnist-yak-zminivsya-dobrobut-ukrayinciv-za-cas-viini-405310/> (дата звернення: 22.12.2023).
 8. Саріогло В., Короткова Д. Моделі споживчої поведінки домогосподарств: еволюція від унітарних до колективних. *Демографія та соціальна економіка*. 2023. № 53(3). С. 79-96. doi: <https://doi.org/10.15407/dse2023.03.079>.
 9. Свидрук І.І., Клепанчук О.Ю. Системний аналіз розвитку споживчого ринку України. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2021. № 64. doi: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-64-12>.
 10. Терендій А. Тренди споживчої поведінки домогосподарств на продовольчому ринку України. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 62-66. doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-10>.

References

1. Indeks spozhyvchykh nastroiiv u lystopada 2023 roku stanovyt 80,9 p. Marketynhovi doslidzhennia [In November 2023, the Consumer Confidence Index equals 80.9 points. Marketing research]. *Info Sapiens*. Available at: <https://www.sapiens.com.ua/ua/other-research-single-page?id=296> [in Ukrainian].
2. Kichurchak, M. (2022). Ekonomichni determinanty i naslidky viiny v Ukraini: analiz na osnovi nepovnykh danykh [Economic Determinants and Consequences of the War in Ukraine: An Analysis Based on Incomplete Data]. *Visnyk of the Lviv University. Series economics*, 62, 13-32. doi: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6202> [in Ukrainian].
3. Krylov, D.V. (2023). Teoretyko-funktsionalnyi analiz domohospodarstva v natsionalnii ekonomitsi Ukrainy [Theoretical and Functional Analysis of the Household in the National Economy of Ukraine]. *Economic Synergy*, 1, 270-280. doi: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-1-19> [in Ukrainian].
4. Kubatko, O., Pysmenna, U., Trypolska, H., Mykhailov, S., & Piven V. (2023). Sotsialno-ekonomichni aspekty rozvytku elektroenerhetyky v domohospodarstvakh Ukrainy ta YeS [Socio-Economic Aspects of Electricity Development in Ukrainian and EU Households]. *Economy and society*, 53. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-98> [in Ukrainian].
5. Onyshko, S.V., & Dobrianska, N.B. (2023). Finansova povedinka domohospodarstv Ukrainy v umovakh viiskovoi ahresii ta yii vplyv na formuvannia dovhostrokovykh trendiv pisliavoiennoho rozvytku [Financial Behavior of Ukrainian Households in the Context of Military Aggression and Its Impact on the Formation of Long-Term Trends in Postwar Development]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, 1(127), 112-119. Available at: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua/archive?id=156> [in Ukrainian].

6. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsijnyj vebsajt – State Statistics Service of Ukraine: official website.* Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
7. «Raptova bidnist»: yak zminyvsia dobrobut ukraintsiv za chas viiny ["Sudden poverty": how the welfare of Ukrainians has changed during the war]. *Delo.ua*. Available at: <https://delo.ua/economy/raptova-bidnist-yak-zminivsyia-dobrobut-ukrayinciv-za-cas-viini-405310/> [in Ukrainian].
8. Sariohlo, V., & Korotkova, D. (2023). Modeli spozhyvchoi povedinky domohospodarstv: evoliutsiia vid unitarnykh do kolektyvnykh [Models of household consumption behavior: evolution from unitary to collective]. *Demography and social economy*, 53(3), 79-96. doi: <https://doi.org/10.15407/dse2023.03.079> [in Ukrainian].
9. Svydruk, I.I., & Klepanchuk, O.Iu. (2021). Systemnyi analiz rozvytku spozhyvchoho rynku Ukrainy [Systematic analysis of the development of the Ukrainian consumer market]. *Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences*, 64. doi: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-64-12> [in Ukrainian].
10. Terendii, A. (2023). Trendy spozhyvchoi povedinky domohospodarstv na prodovolchomu rynku Ukrainy [Trends in household consumption behavior in the Ukrainian food market]. *Economic scope*, 184, 62-66. doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-10> [in Ukrainian].