**ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ**

1. ***Трачук А.М., Долгальова О.В****.*

*Донбаська національна академія будівництва і архітектури*

1. *Краматорськ (Івано-Франківськ), Україна*

Анотація: Купівельна спроможність населення відіграє ключову роль у формуванні споживчого ринку, визначаючи рівень попиту на товари та послуги, темпи економічного зростання, а також стабільність бізнесу в цілому. В Україні, як і в багатьох інших країнах світу, цей показник є не лише економічним індикатором, а й соціальним фактором, що безпосередньо впливає на якість життя громадян. Аналіз купівельної спроможності не лише відображає сучасний економічний стан, а й слугує інструментом для прогнозування подальших змін на ринку. Вивчення цього питання є надзвичайно актуальним для бізнесу, що прагне адаптувати свої стратегії, а також для державних інституцій, які формують економічну політику.

Ключові слова: купівельна поведінка, купівельна спроможність, потреби, споживчий ринок, фактори впливу, цифровізація економіки.

Останніми роками купівельна спроможність українців піддається серйозним викликам у зв’язку з економічними кризами, інфляцією, військовими діями, масовими міграційними процесами та глобальними економічними трендами. Особливу увагу слід приділити структурним змінам у доходах населення та їхньому розподілу. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2023 році середній рівень доходів українців не досягнув довоєнних показників, а споживча поведінка зазнала значних трансформацій через зміну пріоритетів. Зменшення витрат на товари розкоші та збільшення витрат на базові потреби стали характерною рисою сучасного українського ринку [1].

На глобальному рівні цифровізація економіки спричинила нові форми взаємодії споживачів із бізнесом, зокрема через онлайн-платформи, які швидко інтегрувалися в життя українців. За даними OTP Capital, витрати на онлайн-торгівлю в Україні зросли на 35% лише за останній рік, що свідчить про зростаючу роль технологій у формуванні споживчих переваг [3].

Купівельна спроможність населення формується під впливом складної сукупності факторів економічного, соціального, політичного, демографічного та психологічного характеру. У сучасних умовах Україна стикається з низкою викликів, які суттєво впливають на можливості громадян здійснювати покупки та забезпечувати свої потреби.

Одним із ключових факторів є рівень доходів населення, який суттєво знизився внаслідок економічної кризи, викликаної війною [4]. Втрата робочих місць, скорочення бізнес-активності та падіння експорту призвели до того, що середній дохід українців знизився на 30% у порівнянні з довоєнним періодом. Така тенденція, за даними Державної служби статистики, сприяє зростанню витрат домогосподарств на товари першої необхідності, у той час як витрати на розваги, подорожі та предмети розкоші скорочуються.

Інфляція є ще одним вагомим чинником, який впливає на купівельну спроможність. Зростання цін на продукти харчування, енергоносії та комунальні послуги значно перевищує темпи підвищення зарплат. Це знижує реальний рівень споживання навіть у тих громадян, які зберегли роботу. Зокрема, у 2023 році продукти харчування подорожчали на 23%, а тарифи на комунальні послуги – на 17% [6].

Значний вплив мають також міграційні процеси. Внутрішньо переміщені особи, які внаслідок війни змінили місце проживання, часто стикаються з труднощами адаптації. Їхні витрати є нижчими через обмежені доходи та невизначеність майбутнього. Згідно з дослідженнями Української Ради Торгових Центрів, внутрішньо переміщені особи витрачають у середньому на 21% менше в порівнянні з постійними жителями регіонів, де вони оселилися [2].

Технологічні інновації змінюють споживчу поведінку, створюючи нові можливості та виклики. Зростання популярності онлайн-торгівлі стає вагомим чинником для збереження купівельної активності. Так, витрати українців на покупки через інтернет збільшилися на 35% лише за останній рік, що свідчить про адаптацію споживачів до цифрового середовища [3]. Онлайн-платформи пропонують більшу доступність товарів і послуг навіть для тих, хто проживає у віддалених регіонах.

Психологічні аспекти також мають значення. В умовах економічної нестабільності споживачі зосереджуються на економії та зниженні витрат. Підвищення попиту на товари середнього та низького цінового сегмента демонструє зміщення пріоритетів у бік базових потреб. Багато споживачів надають перевагу акціям, знижкам та програмам лояльності, які пропонують ритейлери.

Політичні заходи держави, зокрема підтримка внутрішнього виробника, також позитивно впливають на купівельну спроможність. Програми імпортозаміщення та субсидування виробників стимулюють розвиток локального ринку. Це дає змогу споживачам купувати українські товари за доступнішими цінами, знижуючи залежність від імпортної продукції [5].

Сукупність цих факторів формує складну картину, що потребує постійного моніторингу та адаптації з боку бізнесу й державної політики. Реакція на ці виклики визначатиме, наскільки ефективно економіка зможе забезпечити стабільний розвиток навіть у складних умовах.

Аналіз купівельної спроможності населення України дозволив виявити основні тенденції та фактори, що визначають її динаміку. По-перше, вона значною мірою залежить від макроекономічних показників, таких як доходи населення, рівень зайнятості та інфляція. Сучасна ситуація в Україні демонструє, що економічна нестабільність, викликана війною та глобальними економічними викликами, зменшує реальні доходи населення, обмежуючи можливості для споживання.

По-друге, соціальні та демографічні зміни, зокрема внутрішня міграція, суттєво впливають на структуру споживання та обсяги витрат. Внутрішньо переміщені особи, які пристосовуються до нових умов життя, змінюють свої споживчі пріоритети, фокусуючись на базових потребах. Це створює нові виклики для бізнесу, орієнтованого на традиційні сегменти ринку.

По-третє, зростання цифровізації економіки, незважаючи на загальне падіння купівельної спроможності, створює нові можливості для розвитку ринку. Онлайн-торгівля демонструє позитивну динаміку, пропонуючи споживачам зручний доступ до товарів і послуг. Це свідчить про потенціал цифрових технологій у подоланні географічних та економічних бар’єрів.

Психологічні аспекти купівельної поведінки також стають дедалі більш актуальними. У періоди кризи споживачі проявляють підвищену обережність у витратах, віддаючи перевагу економії та акціям. Цей фактор варто враховувати бізнесу, який прагне залишатися конкурентоспроможним.

Політичні ініціативи, спрямовані на підтримку локального виробництва та стимулювання економіки, відіграють важливу роль у стабілізації купівельної спроможності. Заохочення споживачів купувати вітчизняні товари допомагає розвивати внутрішній ринок і зменшувати залежність від імпорту.

Таким чином, купівельна спроможність населення є комплексним показником, що формується під впливом багатьох факторів. Для її стабілізації та підвищення необхідна скоординована робота держави, бізнесу та фінансових установ. Зокрема, важливо забезпечити макроекономічну стабільність, підтримувати розвиток цифрових технологій, а також стимулювати попит на локальну продукцію через державні програми й ефективну маркетингову політику. Лише через комплексний підхід можна створити умови для відновлення економічної активності та підвищення рівня життя громадян.

Література

1. Державна служба статистики України. Основні економічні показники України [Електронний ресурс]. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).
2. Українська Рада Торгових Центрів. Як змінилася купівельна спроможність у Європі за рік [Електронний ресурс]. URL: [https://www.ucsc.org.ua](https://www.ucsc.org.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).
3. OTP Capital. Фінансові перспективи України на найближчий рік: основні тренди та прогнози [Електронний ресурс]. URL: [https://www.otpcapital.com.ua](https://www.otpcapital.com.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).
4. Еспресо ТВ. Купівельна спроможність українців впала на 30 %, - дослідження [Електронний ресурс]. URL: <https://espreso.tv> (дата звернення: 30.11.2024).
5. Економічна правда. Зростання попиту на локальні бренди в Україні [Електронний ресурс]. URL: [https://www.epravda.com.ua](https://www.epravda.com.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).
6. Аналітичний звіт «Вплив інфляції на купівельну спроможність населення в Україні» / НБУ. Київ: Національний банк України, 2023. URL: [https://bank.gov.ua](https://bank.gov.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).
7. Державна служба зайнятості України. Ринок праці в умовах воєнного стану [Електронний ресурс]. URL: [https://www.dcz.gov.ua](https://www.dcz.gov.ua/) (дата звернення: 30.11.2024).