

- інфляційні очікування – чим вищою очікується інфляція, тим менше домогосподарства схильні заощаджувати;
- сподівання домогосподарств щодо розвитку економічної ситуації в країні та власних перспектив;
- демографічні чинники (склад сім'ї, місце проживання, рівень освіти, сектор зайнятості);
- зміни в системі оподаткування;
- зміни процентних ставок тощо.

Підсумовуючи зазначимо, що лише підвищення рівня фінансової грамотності допоможе домогтися особистого благополуччя і навчитися правильно розподіляти свій бюджет по всіх статтях витрат, а також здійснювати управління особистими фінансами. Відтак, людина повинна перебувати в постійному вдосконаленні, аналізі своїх витрат з метою їх оптимізації, при цьому впроваджувати нові методи отримання доходу, вчитися інвестувати і управляти своїми коштами.

### ***Список використаних джерел***

1. Що таке фінансова грамотність і навіщо вона потрібна? URL: <https://www.fg.gov.ua/articles/48009-shcho-take-finansova-gramotnist-i-navishcho-vona-potribna.html>

**Наталія Карпшин**

*канд. екон.наук., доцент*

**Назарій Низдропа**

*магістрант*

*Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна*

## **СПОЖИВЧІ РІШЕННЯ НАСЕЛЕННЯ**

Процес і характер споживання відображають спосіб життя, цінності та культуру населення країни. Споживання стало невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини. Сучасне суспільство перебуває під впливом ідеології споживання, яку популяризують ринок, маркетинг, ЗМІ та реклама.

Грамотний споживач повинен володіти такими характеристиками:

- знати свої права і бути раціональнішим щодо пропозицій ринку;
- проявляти уміння до нав'язування соціальних зв'язків для того, щоб задовольнити потребу в позиціонуванні себе в навколишньому світі;
- уміти управляти власним бюджетом;
- бути мобільним, динамічним у просторі і соціальному житті;
- проявляти багатокультурність, що виходить з глобалізації, а також із життя в полікультурному середовищі;

- бути активним суб'єктом у різних формах міжлюдської інтеграції [1, 184].

В сучасному суспільстві на вибір споживача щодо товару чи послуги впливають наступні фактори [2, с. 65]:

- недостатній обсяг інформації про товар чи послугу;
- значні затрати часу на пошук потрібної інформації про покупку;
- покупки за звичкою, які здійснює споживач;
- здійснення імпульсивних покупок.

Також на поведінку споживача впливають:

- чинники культурного порядку: культура; субкультура; соціальне становище;

- соціальні фактори: референтні групи; ролі і статуси;

- психологічні фактори: мотивація; сприйняття; засвоєння; переконання і відносини;

- особистісні фактори: вік; етап життєвого циклу сім'ї; рід занять; економічне становище; тип особистості; самооцінка.

При споживанні існують певні обмежування, на які споживач повинен звертати увагу, а саме: особистий дохід, ринкові ціни на товари і послуги, фактори ринкової кон'юнктури.

Споживча поведінка населення в Україні характеризується переважно купівлею продуктів харчування, товарів першої необхідності та житлово-комунальних послуг, тоді як витрати на освіту, відпочинок та культуру, охорону здоров'я є доволі низькими, що зумовлено недостатнім рівнем доходів. Аналіз споживчих витрат вітчизняних домогосподарств показав, що більше половини всіх витрат (54,5% у 2019 р.) здійснювалось на придбання продуктів харчування [3]. Це один з найгірших показників серед країни Східної Європи в ЄС.

Споживацькі звички українців суттєво змінилися під час карантину, зокрема:

- зменшилися витрати на алкогольні напої, на послуги ресторанів й барів і 31% українців збільшили свої витрати на лікарські засоби.

- близько 60% особистого бюджету українці витратили на продукти харчування та обов'язкові платежі;

- лише 8% бюджету пішло на заощадження. Серед топ-3 категорій, на яких заощаджують українці, ввійшли побутова хімія та предмети домашнього вжитку (62%), одяг і взуття (61%), косметика (60%) [4].

Характерною властивістю поведінки українських споживачів є «брендозалежність», тобто бренд значною мірою впливає на остаточний вибір вітчизняних покупців. Через обмежений бюджет українці уважніше ставляться до свого вибору, здійснюють раціональні покупки і уникають додаткових витрат на купівлю товарів неперевірених виробників.

### *Список використаних джерел*

1. Харцій О. М. Особливості споживчого вибору в поведінці покупців.

*Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: II Міжнародна науково-практична конференція, 20-21 лютого 2020 р.: [тези доп.]. Рівне: О. Зень, 2020. 206 с.*

2. Споживча поведінка українських домогосподарств: монографія / Ю. Ф. Пачковський, А. О. Максименко. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 292 с.

3. Витрати і ресурси домогосподарств в Україні у 2019 р. (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств): стат. зб. К.: Держкомстат України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Карантин змінив споживацькі звички 63% українців – дослідження «Делойт». URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2021/2020-consumer-behavior-in-ukraine.html>

**Оксана Кухарська**

*магістрантка ОП «Фінансова грамотність»*

*Науковий керівник:*

**Ольга Кириленко, д-р екон. наук, професор**

*Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна*

## **ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НА ОСОБИСТІ ФІНАНСИ ДОМОГОСПОДАРСТВ**

Фінансова грамотність є важливим чинником росту економіки, оскільки саме від участі населення на фінансовому ринку та збільшення попиту на фінансові послуги буде позитивно впливати на підвищення рівня ефективності фінансової системи і сталого розвитку економіки держави у цілому. З метою залучення різних верств населення до користування фінансовими послугами необхідне впровадження комплексних заходів щодо забезпечення фінансової грамотності з урахуванням особливостей кожної цільової групи населення.

Проблема забезпечення фінансової грамотності повинна вирішуватися насамперед на державному рівні починаючи з визначення основної ланки серед державних органів, що буде виступати координатором здійснення запланованих національних ініціатив.

В контексті уточнення, слід відзначити, що фінансова грамотність складається з ефективного управління власними фінансами, здійснення обліку доходів та витрат, уміння орієнтуватися в особливостях різноманітних фінансових продуктів та послуг, мати актуальну інформацію щодо ситуації на фінансових ринках, приймати обґрунтовані рішення щодо фінансових продуктів і послуг та нести відповідальність за такі рішення [1, с. 100].

Так як фінансова грамотність – це сукупність теоретичних знань, а також здатність населення використовувати свої знання на практиці, то зауважимо, що відсутність фінансових знань у більшості населення нашої країни стає на