

Олександр Мудрий
студент гр. ПОФГм-22,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: к.е.н., доцент О. В. Петрушка

ФІНАНSOVA ГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СПOЖИВЧOЇ ПОВЕДІНКИ ГРОМАДЯН

Сучасна споживча поведінка населення формується під впливом складного комплексу взаємопов'язаних чинників, які охоплюють як зовнішнє середовище, так і внутрішні характеристики особистості. Ці чинники включають економічні та безпекові умови, соціально-культурні традиції, маркетингові впливи, особистісні установки, рівень освіти та інформаційної обізнаності. Сукупність таких детермінант визначає не лише обсяг і структуру попиту, а й мотиви, цілі, частоту та характер споживчих рішень. В умовах динамічного соціально-економічного середовища ця поведінка зазнає постійних трансформацій, що потребує глибокого аналізу її ключових формуючих складників. Розуміння природи цих впливів є ключовим для ефективного управління маркетинговими стратегіями, соціальною політикою, формуванням культури споживання та прогнозування економічної динаміки. У межах сучасної міждисциплінарної дослідницької парадигми споживча поведінка розглядається як результат взаємодії внутрішніх особистісних характеристик індивіда та зовнішнього середовища, в якому відбувається процес вибору, купівлі, використання і постспоживчого оцінювання товарів чи послуг [3].

Загалом середовище формування споживчої поведінки можна трактувати як системну сукупність макро- та мікрочинників, що впливають на сприйняття, оцінку й реалізацію споживчих рішень індивіда. До макрорівня належать такі елементи, як загальний рівень добробуту, інфляція, державна політика, фінансова стабільність, а також інформаційний простір. Натомість мікрорівень охоплює особисті характеристики споживача – його потреби, вподобання, життєвий досвід, ціннісні орієнтири, фінансову грамотність та психологічні установки. Вивчення цього середовища дозволяє глибше зрозуміти механізми прийняття економічних рішень населення та фактори, що можуть сприяти підвищенню раціональності споживання [8].

Серед усього спектру чинників формування споживчої поведінки людини особливе місце займає фінансова грамотність, яка відзначається комплексним впливом на різні аспекти ухвалення рішення про споживання. Вона визначає характер споживчої поведінки індивіда через такі важелі: формування навичок бюджетування, розвиток критичного мислення щодо маркетингових стимулів, зниження схильності до імпульсивного споживання, підвищення здатності до раціонального використання кредитних ресурсів та довгострокове фінансове планування. Розглянемо ці важелі більш детально:

1) по-перше, фінансово обізнані споживачі мають повноцінне уявлення про структуру власних доходів і витрат. Це сприяє впровадженню практики бюджетування як основи економічно виваженого споживання. Такий споживач не

лише фіксує поточні витрати, а й планує їх відповідно до наявних ресурсів та фінансових цілей. Як наслідок, зменшується ризик перевитрат і зростає рівень контролю над споживчими пріоритетами. Раціоналізація витрат дає можливість уникнути неефективного споживання та сприяє концентрації уваги споживача на товарах і послугах, що відповідають його реальним потребам [6];

2) по-друге, із підвищенням рівня фінансової грамотності зростає здатність споживача критично оцінювати інформацію з маркетингових джерел. Рекламні стратегії, які апелюють до емоційних тригерів і створюють ефект терміновості («тільки сьогодні», «обмежена пропозиція»), значною мірою втрачають свою ефективність стосовно фінансово освіченої аудиторії. Такий споживач аналізує товар не з позиції емоційної привабливості, а з огляду на доцільність, якісні параметри, співвідношення ціни та користі, а також можливість альтернативного використання ресурсів;

3) по-третє, фінансово грамотні індивіди менш схильні до імпульсивних покупок. Вони розуміють довгострокові наслідки короткострокових витрат, що знижує ймовірність необдуманих рішень. Це особливо актуально в умовах надмірної комерціалізації онлайн-середовища, де завдяки персоналізованій рекламі та швидкому доступу до покупки ризик імпульсивного споживання значно вищий;

4) четвертий вектор впливу стосується ставлення до кредитних продуктів. Індивіди з достатнім рівнем фінансової грамотності більш обережно ставляться до споживчого кредитування. Вони здатні оцінити повну вартість кредиту з урахуванням ефективної відсоткової ставки, комісій та штрафів, а також зважити ризики втрати платоспроможності [5]. Такі споживачі розуміють відмінність між «поганим» і «хорошим» боргом, уникаючи залучення кредитних ресурсів на споживчі цілі без економічної доцільності. Водночас, як зазначають Ю. Ван та Ш. Ян, «домогосподарства з високим рівнем фінансової грамотності можуть зберігати ліквідність заощаджень і контролювати кредитні ризики» [4]. Тобто, володіючи базовими навиками використання кредитів та кредитного контролю, громадяни мають можливість розширювати власне споживання, не потрапляючи при цьому у надмірну боргову залежність;

5) по-п'яте, фінансова грамотність підвищує схильність до фінансового планування на середньо- та довгострокову перспективу. Споживачі з високим рівнем фінансової обізнаності, як правило, формують фінансову подушку безпеки, відкладають кошти на великі покупки, пенсію або непередбачені обставини. Це дає змогу не лише уникнути стресу у випадку кризових ситуацій, а й приймати стратегічні рішення щодо великих витрат, інвестицій чи зміни життєвого курсу (наприклад, переїзду, відкриття бізнесу тощо) [2]. Крім цього, фінансова обізнаність стимулює підвищення активності населення у споживанні фінансових послуг. Як зазначають Ю. Ма та Ю. Сонг, «продукти та інструменти фінансового ринку стають дедалі більш складними, що вимагає від споживачів певних когнітивних здібностей і практичного досвіду, щоб ухвалювати правильні рішення» [1]. Розуміючи суть і призначення фінансових продуктів, фінансово грамотні

громадяни більш активно беруть участь у недержавному пенсійному забезпеченні, схемах приватного медичного страхування або страхування життя.

Окрему увагу заслуговує зв'язок між фінансовою грамотністю та здатністю до споживчого захисту. Поінформовані споживачі більш уважно вивчають умови договорів, відстоюють свої права в випадку порушення з боку постачальників товарів або фінансових послуг, не піддаються фінансовим шахрайським схемам. Таким чином, фінансова обізнаність виконує захисну функцію, зменшуючи вразливість споживача на ринку.

Варто також зазначити, що підвищення фінансової грамотності впливає на зміну моделей споживання – від короткострокового гедоністичного споживання, орієнтованого за отримання задоволення до довгострокового, орієнтованого на досягнення стабільності й зростання добробуту. Ця трансформація формує більш відповідальне, екологічне та стале споживання, що позитивно відображається не лише на особистому рівні, а й на макроекономічних показниках, «стає запорукою успішності не тільки населення, але й країни загалом» [7].

Список використаних джерел:

1. Ma Y., Song Y., Xia N., Zhu J. The Impact of Financial Literacy on Household Consumption: Empirical Analysis Based on the CHFS. *Frontiers in Business, Economics and Management*. 2022. No. 5 (3). P. 55-63. URL: <https://doi.org/10.54097/fbem.v5i3.1908>
2. Munawar S. Effect of Financial Literacy on Financial Decision and Consumer Behavior. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*. 2023. Vol. 11 (2). P. 2570–2582. URL: <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1102.0556>
3. Schiffman L. G., Wisenblit J. Consumer Behavior. 12th ed. Harlow: Pearson Education, 2019. 624 p. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292269269_A37760957/preview-9781292269269_A37760957.pdf
4. Wang Y., Yang Sh. New Progress in the Financial Literacy Theory Research. *Shanghai Finance*, 2014 (03): 26-33 + 116.
5. Горин В. П. Роль кредитування домогосподарств у підвищенні суспільного добробуту. *Наука й економіка*. 2017. №1 (45). С. 7-15.
6. Горин В. П. Сутність соціальної безпеки: фінансові та організаційно-правові аспекти. *Світ фінансів*. 2007. Вип. 4 (13). С. 52-57. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26277/1/ГОРИН.pdf>
7. Калініченко О., Вікарчук О., Ніколаєнко С. Фінансова грамотність – запорука успішного населення. *Економіка. Управління. Інновації*. 2019. Випуск №1(24), 2019. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/894081>
8. Кравчук Н. Я., Горин В. П., Ясеновська Т. Б. Фінанси: Навчально-методичний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 432 с.