

ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЇ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ В УКРАЇНІ

Табацкова Г.В., канд. екон. наук

Миколаївський національний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0002-7306-4270>

Кузьмик Я.К., здобувачка вищої освіти

Миколаївський національний аграрний університет

Анотація: У тезах досліджено, як інфляційні процеси змінюють структуру та мотивацію споживчих рішень домогосподарств в Україні. Особливу увагу приділено динаміці споживчої інфляції, зміні споживчих настроїв, трансформації роздрібного попиту та підвищенню ролі витрат на продукти харчування, житлово-комунальні послуги й енергетичну стійкість домогосподарств. Обґрунтовано, що інфляція в умовах війни впливає не лише на купівельну спроможність, а й на поведінкові стратегії населення, формуючи обережніший, раціональніший і короткостроково орієнтований тип споживання.

Ключові слова: інфляція, споживча поведінка, домогосподарства, індекс споживчих цін, споживчі настрої, роздрібна торгівля.

Інфляція є одним із найвідчутніших макроекономічних чинників, що безпосередньо впливає на повсякденне життя населення. Для домогосподарств вона означає не лише загальне подорожчання товарів і послуг, а й постійну необхідність переглядати власні споживчі пріоритети, змінювати структуру витрат та адаптувати фінансову поведінку до нових цінових умов. В українських реаліях вплив інфляції посилюється воєнними ризиками, нерівномірністю доходів, зміною логістики постачання, коливаннями енергетичної ситуації та психологічною невизначеністю. Саме тому аналіз впливу інфляції на споживчу поведінку в Україні має не лише теоретичне, а й прикладне значення для розуміння соціально-економічних процесів.

Офіційні дані свідчать, що у грудні 2024 року інфляція в Україні пришвидшилася до 12 % у річному вимірі [3]. Така динаміка була зумовлена як тимчасовими чинниками, зокрема наслідками слабших урожаїв, так і посиленням фундаментального цінового тиску. Уже за підсумками 2025 року індекс споживчих цін в Україні, тобто показник грудень 2025 року до грудня 2024 року, становив 108,0 %, що було на 4 відсоткові пункти нижче, ніж у 2024 році. Крім того, Національний банк України зафіксував, що у грудні 2025 року споживча інфляція сповільнилася до 8 % у річному вимірі, а базова інфляція у четвертому кварталі 2025 року також знизилася до 8 % проти 11 % у вересні [5]. Це означає, що ціновий тиск послабився, однак він залишався достатньо сильним, щоб продовжувати впливати на споживчі рішення населення.

Для українських домогосподарств інфляція є особливо чутливою через значну частку витрат на базові товари. За даними Державної служби статистики України, ще у 2021 році частка витрат на харчування у сукупних витратах

домогосподарств становила 47,1 % [1]. Хоча у 2022–2023 роках вибіркові обстеження домогосподарств були призупинені через дію воєнного стану, наведений показник добре ілюструє високу залежність споживчої поведінки українців від динаміки цін на продукти харчування. Відповідно, подорожчання продовольства, енергоносіїв, комунальних та транспортних послуг швидко трансформується у зміну структури витрат: збільшується питома вага обов'язкових платежів і щоденних покупок, а частина дискреційних витрат, тобто витрат, які можна відкласти або скоротити, звужується.

З погляду поведінкової економіки це проявляється у переході споживача до більш раціональної та обережної моделі дій. Населення активніше порівнює ціни, частіше обирає акційні пропозиції, змінює бренд на дешевший аналог, скорочує обсяги неперіоритетних покупок, відкладає придбання товарів тривалого користування та частіше планує бюджет на коротші часові проміжки. Інфляція змінює не лише величину витрат, а й сам механізм прийняття рішень: зростає увага до ціни одиниці товару, досягнення мінімально прийнятної якості за нижчою вартістю та уникнення великих фінансових зобов'язань. За таких умов навіть покращення окремих макроекономічних показників не завжди швидко повертає споживача до довоєнної моделі поведінки.

Разом із цим статистика демонструє, що споживча активність в Україні не зникла, а радше змінила форму. У січні 2026 року НБУ повідомив, що роздрібна торгівля у четвертому кварталі 2025 року пришвидшила зростання до 13,6 % у середньому у річному вимірі проти 5,8 % у третьому кварталі, що частково відображало вищу споживчу активність у святковий період [5]. Це дає підстави стверджувати, що навіть в умовах інфляції домогосподарства не відмовляються від споживання повністю, але перерозподіляють витрати між категоріями товарів і послуг. Зростання попиту може концентруватися на тих групах товарів, які сприймаються як необхідні, термінові або функціонально корисні в умовах підвищених ризиків. Важливим індикатором таких змін є споживчі настрої. За даними дослідження Info Sapiens, у грудні 2025 року індекс споживчих настроїв становив 78,5 пункту, що на 6 пунктів вище за листопадовий показник [2]. Водночас НБУ зазначає, що в середньому у четвертому кварталі 2025 року індекс споживчих настроїв дещо послабився до 76,4 пункту порівняно з третім кварталом 2025 року, проте залишався суттєво вищим за рівень четвертого кварталу 2024 року, коли він становив 70,2 пункту [5]. Отже, психологічне сприйняття економічної ситуації поліпшувалося порівняно з попереднім роком, однак залишалося нестабільним і залежним від поточних шоків.

Ці шоки безпосередньо впливають на товарну структуру попиту. У березні 2026 року НБУ наголошував, що дефіцит електроенергії та холодна погода пригнічували споживчі настрої, проте попит на товари для енергонезалежності підтримував торгівлю [6]. Така тенденція є показовою: інфляція в умовах війни спрямовує витрати домогосподарств не просто у бік дешевших товарів, а у бік товарів, які мають високу функціональну цінність і знижують побутові ризики. Тому поряд із заощадженням спостерігається і протилежний процес – готовність витрачати більше на генератори, акумулятори, зарядні станції, утеплення житла чи інші рішення, що підвищують автономність домогосподарства.

Отже, вплив інфляції на споживчу поведінку в Україні є комплексним. З одного боку, зростання цін зменшує реальну купівельну спроможність населення, підсилює орієнтацію на базові потреби, стимулює економію та відтермінування частини покупок. З іншого боку, споживча поведінка не стає пасивною: вона адаптується до умов підвищеної невизначеності через зміну набору пріоритетів, каналів купівлі та критеріїв вибору. У сучасній Україні інфляція формує модель споживання, для якої характерні висока цінова чутливість, обережність у великих витратах, прагматичність і зростання ролі товарів першої необхідності та товарів захисного характеру. Саме тому оцінювання інфляційних процесів має поєднувати аналіз цінової динаміки з вивченням поведінкових реакцій населення.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Ціль 1. Подолання бідності. Індикатор 1.3.2. Частка витрат на харчування у сукупних витратах домогосподарств, %. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/1-3-2/> .
2. Info Sapiens. Індекс споживчих настроїв у грудні 2025 року становить 78,5 п. 26.01.2026. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=378>
3. Національний банк України. Інфляційний звіт. Січень 2025 року. Київ, 2025. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2025-Q1.pdf?v=9 .
4. Національний банк України. Інфляція почне знижуватися з середини року, а зростання економіки пришвидшиться. 30.01.2025. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiya-pochne-znijuvatisya-z-seredini-roku-a-zrostannya-ekonomiki-prishvidshitsya--inflyatsiyiny-zvit> .
5. Національний банк України. Інфляційний звіт. Січень 2026 року. Київ, 2026. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2026-Q1.pdf?v=16 .
6. Національний банк України. Макроекономічний та монетарний огляд. Березень 2026 року. Київ, 2026. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2026-03.pdf?v=16 .

Abstract: the theses examine how inflation affects consumer behaviour in Ukraine. It is argued that higher prices alter not only the volume of household spending but also the logic of consumer choice. The paper summarises official data on consumer inflation, retail trade dynamics and consumer sentiment. Special attention is paid to the high sensitivity of Ukrainian households to food prices, the reallocation of expenditures toward essential goods and utilities, and the growing demand for goods that improve household energy resilience. It is concluded that inflation in wartime conditions forms a more cautious, pragmatic and short horizon model of consumption while preserving adaptive consumer activity in strategically important spending categories.

Keywords: inflation, consumer behaviour, households, consumer price index, consumer sentiment, retail trade.