

<https://doi.org/10.36818/2071-4653-2021-3-2>

УДК 330.567:316.4:351.863

JEL D10, E21, F52

**М. М. Біль**

доктор економічних наук, старший науковий співробітник,  
старший науковий співробітник відділу проблем соціально-  
гуманітарного розвитку регіонів ДУ «Інститут регіональних  
досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», м. Львів

e-mail: [bmm1983@gmail.com](mailto:bmm1983@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4979-4019>

## **СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: РЕФЛЕКСІЇ НА ПАНДЕМІЮ COVID-19**

*Поглиблено теоретико-прикладні засади розгляду споживчої поведінки за рефлексивним підходом, що актуалізує аспект самоусвідомлення фінансової спроможності населення. Досліджено вплив пандемії на споживчу поведінку населення як основного дестабілізатора середовища її формування і прояву. Проаналізовано рівень доходів і структуру витрат населення України за даними обстежень домогосподарств з порівнянням показників до – і пандемічного періоду. Виявлено помітне скорочення витрат на дозвілля і ресторанний бізнес та значне збільшення витрат на комунальні послуги, що є додатковим ризиком зниження добробуту населення в умовах постпандемічної невизначеності. З огляду на складність ситуації, вказано на необхідність підтримки соціально відповідального бізнесу в Україні та запропоновано пріоритети його розвитку в частині виробничої і збутової діяльності.*

**Ключові слова:** споживча поведінка, споживчі рефлексії, стабільність середовища, доходи і витрати домогосподарств, соціально відповідальний бізнес, пандемія COVID-19.

### **Bil M. CONSUMER BEHAVIOR OF THE POPULATION OF UKRAINE: REFLECTIONS ON THE COVID-19 PANDEMIC**

*The theoretical and applied bases of research of consumer behavior of the population following the reflexive approach are formulated. Consumer behavior is suggested to be considered a type of economic behavior that, in combination with savings and investment activity, shows the consumer reflections of the population and directly determines the processes of economic growth. The consumer reflection is defined as the result of an entity's understanding of one's financial capacity, expressed in terms of costs, which consistently determine the model of economic behavior. The schematic generalization of factors of formation (environment) and consequences of realization (economic growth) of consumer behavior of the population is carried out. Since the stability conditions are among the environmental factors, the impact of the pandemic on consumer behavior as a major destabilizer is studied. Adaptation of the consumer market to the requirements of the pandemic has led to a number of conceptual changes related to the conditions of sustainable socio-economic development, the activities of economic entities, and the purchasing power of the population. The level of income and expenditure structure of the population of Ukraine according to household surveys with a comparison of pre- and pandemic indicators are analyzed. Maintaining the purchasing power of the population in the conditions of positive wages dynamics and the gradual improvement of the macroeconomic situation after the events of 2014 prevented the «quarantine» shutdown of the economy. At the same time, the analysis of the cost structure of the population revealed a significant reduction in spending on leisure and restaurant business and a significant increase in utility costs, which is an additional destructive factor of the population welfare in post-pandemic uncertainty. Given the uncertainty of the situation, the need to support socially responsible business in Ukraine is indicated, and the priorities of its development in terms of production and sales activities are proposed.*

**Keywords:** consumer behavior, consumer reflections, environmental stability, household income and expenditure, socially responsible business, COVID-19 pandemic.

**Постановка проблеми.** Пандемія COVID-19 справила колосальний вплив на світовий соціально-економічний порядок. За твердженням ВООЗ, світ перебуває у вирішальному моменті перебігу пандемії: тоді як розвинуті країни через програми вакцинації взяли ситуацію під контроль, дельта-варіант SARS-CoV-2 різко збільшив ризик зараження COVID-19 у більшості країн світу, які ще не досягли показників вакцинації, потрібних для захисту найбільш вразливого населення [1]. Це означає, що, незважаючи на часткову адаптацію, подальша ситуація є невизначеною. Пандемія продовжує впливати на населення та економіку всіх країн світу.

Одним з актуальних аспектів дослідження впливу пандемії COVID-19 є споживання. Ця сфера має високе соціальне (в плані забезпечення добробуту населення) та економічне (в плані створення можливостей реалізації продукції та отримання доходів) значення. Споживання, окрім того, є індикатором соціально-економічної ситуації з урахуванням загроз нестабільності. Вивчення впливу пандемії COVID-19 на споживчу поведінку населення є актуальним предметом дослідження, оскільки дозволяє з'ясувати зміни щодо обсягів і структури споживання, а також більш глобальні трансформації у способах задоволення потреб суспільства.

Проблематика статті є актуальною для України. Результати дослідження впливу пандемії на споживчу поведінку населення є важливими в контексті реалізації Державної програми стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19 на 2020-2022 роки [2]. Результати дослідження отримані на основі використання наукових методів аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення – для формулювання висновків щодо закономірностей і способів аналізування впливу пандемії на споживчу поведінку, статистичного аналізу – для аналізування тенденцій щодо доходів і споживчої поведінки населення, абстрактно-логічного методу – для формулювання дефініції споживчої поведінки і рефлексій, графічного методу – для графічної інтерпретації теоретичних та аналітичних матеріалів.

**Аналіз останніх досліджень.** Ця публікація зосереджує увагу на споживчій поведінці населення України в умовах пандемії, доповнюючи аналітичні матеріали інших авторів і владних інститутів. Зокрема, на рівні Міністерства економіки України розроблений консенсус-прогноз впливу пандемії на економіку, включно зі з'ясуванням тенденцій споживання [3]. Міжнародний центр перспективних досліджень у межах оцінювання економічних, політичних і соціальних аспектів впливу пандемії коронавірусу на Україну узагальнив наслідки для окремих галузей економіки [4]. Дослідницька агенція «Info Sapiens» однією з перших здійснила соціологічну оцінку впливу пандемії в умовах першої і другої хвилі, визначивши зростання схильності до заощаджень у структурі споживання 77% населення України [5]. Наслідки для купівельної спроможності населення в умовах зниження прибутковості бізнесу в сервісних галузях (рітейл, ресторанный бізнес, туризм та ін.) та інші проблеми галузевого розвитку визначено соціологічним опитуванням Центру прикладних досліджень [6]. Науковці Національного інституту стратегічних досліджень визначають зміни споживчих настроїв населення в умовах становлення «Stay Home Economy» [7].

Багато українських учених активізує наукові дискусії щодо впливу пандемії на економіку, визначаючи основні загрози економічному відновленню України (В. Онищенко, С. Світська, А. Черняк [8]) та економічному зростанню через призму діяльності суб'єктів бізнесу (О. Гордей, К. Безноско, А. Мерва [9]), скорочення доходності місцевих бюджетів (Г. Возняк [10], Д. Долбнева [11]), кризи ринку праці зі зростанням безробіття (Ю. Заволока, А. Івко, М. Сідненко [12]) та ін. Результати таких досліджень мають практичне і ситуативне значення, однак, зважаючи на мінливість ситуації, оцінювання нових викликів є потрібними в системі стратегічного планування і регулювання сталого розвитку економіки, суспільства й держави. Споживча поведінка під час пандемії та впливу різних умов невизначеності є актуальною науково-суспільною проблемою, вирішення якої має базуватись на результатах системних економічних досліджень.

Дослідження впливу пандемії на споживання серед вітчизняних учених є недостатніми. Н. Летуновська, Т. Васильєва і В. Сміянов, обґрунтовуючи кризоформуєчу природу пандемії, визначають загальні риси її впливу на попит і

ціноутворення: для першої хвилі характерні початкові шоки попиту та виробництва; другої – порушення руху капіталу; третьої та четвертої – агрегований шок попиту та коливання цін [13]. М. Федик у межах аналізування впливу пандемії на світову економіку звертає увагу на зростання схильності населення до заощаджень з уповільненням темпів споживчого попиту [14]. Я. Бережний узагальнює емоційні закономірності споживчої поведінки в умовах невизначеності [15]. Частина досліджень споживчих наслідків пандемії стосується маркетингових аспектів діяльності підприємств (Ю. Тер-Карпетянц [16], О. Марущак [17] та ін.), відтак потребують доповнення щодо виявлення національних і регіональних особливостей за прототипом зарубіжних досліджень (Т. Чарм, А. Гріммельт, Н. Кім, К. Робінзон, Н. Лу – методика соціологічного обстеження [18], Ф. Хешам, Х. Ріад, Н. К. Сіхем – методика факторного аналізу [19], С. Малтер, Б. Холбрук, Е. Кан, Р. Паркер, Р. Леманн – фундаментальні зміни споживчої поведінки [20], С. Колі, Б. Тімелін, В. Фабіус, С. М. Веранен – узагальнення ключових змін [21]).

**Метою статті** є теоретико-прикладне дослідження споживчої поведінки населення України в умовах пандемії COVID-19 шляхом аналізування рівня та структури доходів і витрат домогосподарств, а також обґрунтування нових підходів ведення бізнесу задля збереження конкурентних переваг на ринку в умовах невизначеної купівельної спроможності.

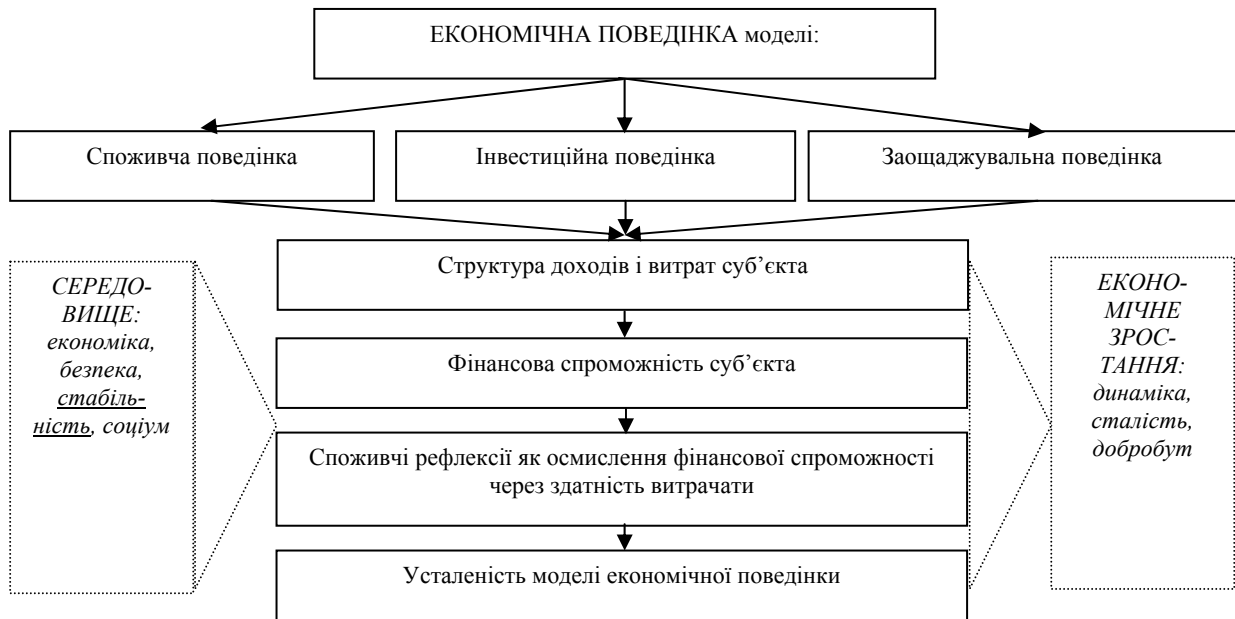
**Основні результати дослідження.** Споживчу поведінку населення можна досліджувати в різних контекстах. Хоча методологія дослідження споживчої поведінки активно розвивається з 60-х років ХХ століття, донині впроваджуються нові підходи до її розуміння й аналізування. Одним з таких є *рефлексивний*. Його особливістю є врахування нерациональності поведінки населення, що обумовлене різним ступенем інформованості, неоднозначністю сприйняття фактів і впливів зовнішнього середовища [22, с. 185]. Рефлексивний підхід є протилежним до поширеної з 80-х років ХХ століття концепції дослідження споживчої поведінки як раціонально-економічної, орієнтованої на прийняття рішень «машини» для оброблення інформації [20].

Отже, споживання за сучасних умов більшою мірою доцільно розглядати через призму рефлексій, тобто самоусвідомлення.

*Споживчі рефлексії* – це результат осмислення суб'єктом своєї фінансової спроможності, вираженої через витрати, що усталено детермінують модель його економічної поведінки (споживчу, інвестиційну, заощаджувальну) (рис. 1).

*Споживча поведінка* за рефлексивним підходом є видом економічної поведінки, що в поєднанні із заощаджувальною та інвестиційною поведінкою відображає споживчі рефлексії населення та прямо детермінує процеси економічного зростання [23].

Споживчі рефлексії дозволяють досліджувати міру споживацтва з погляду витратності доходів [24, с. 189]. Рефлексувати в споживанні означає витрачати доходи внаслідок реагування.



**Рис. 1. Рефлексивний підхід до дослідження споживчої поведінки населення**

*Джерело: авторська розробка.*

На рис. 1 визначено, що одним з чинників середовища впливу на споживчу поведінку є умови *стабільності*. Споживчі рефлексії водночас ускладнюються внаслідок негативних очікувань і фактичного погіршення фінансової спроможності населення.

Пандемія COVID-19 сформувала нові виклики для економічної та споживчої поведінки населення з рефлексіями на нестабільність і невизначеність. Адаптація споживчого ринку до вимог пандемії призвела до низки концептуальних змін, що стосуються [21]:

а) умов сталого соціально-економічного розвитку: функціонування ринку в умовах дестабілізації економічної і соціальної ситуації та поглиблення кризових явищ у країнах (регіонах) з трансформаційними умовами; поглиблення «поляризації» розвитку ринку в країнах (регіонах) з різними можливостями стабілізації ситуації, управлінської культури й громадської дисципліни;

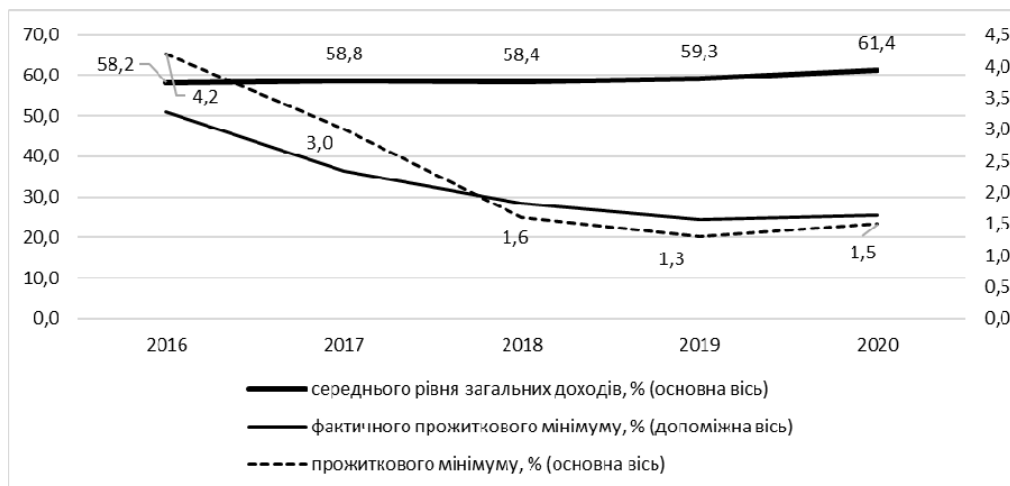
б) діяльності суб'єктів господарювання: диференціація способів збуту зі стрімким розвитком електронної комерції; більша складність виходу на ринок нових суб'єктів в умовах посилення конкурентних переваг «надійних» брендів; переорієнтація на внутрішнього споживача; переорієнтація на короткострокові результати в умовах невизначеності, зокрема ризиків вимушених виробничих простоїв; зниження дискреційних витрат та поширення стратегії «торгівля вниз» (trading down);

в) купівельної спроможності населення: зниження доходів в умовах економічного спаду; зниження можливостей заощаджень в умовах невизначеності та соціальної незахищеності; перехід на закупівлі в більших обсягах і з меншою частотою; перехід на закупівлі онлайн і близько дому.

Економічна та споживча поведінка населення України з березня 2020 року, як і більшість соціально-економічних процесів, пройшла шлях від тимчасового «колапсу» до поступової адаптації. Хоча умови постпандемічного періоду поки не визначені, споживчі тенденції станом на середину 2021 року стабілізувались.

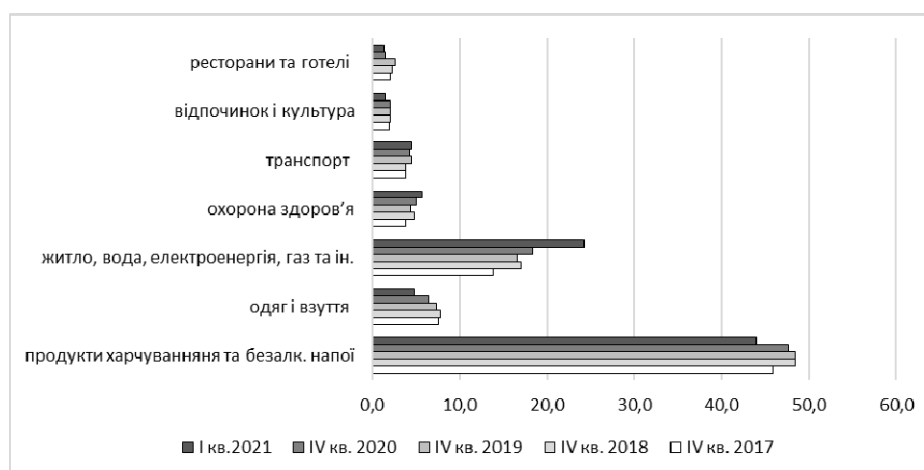
Оскільки на економічну та споживчу поведінку населення передусім впливають його доходи, то слід ураховувати тенденції цього показника. Офіційна статистика доходів вказує, що за 9 місяців 2020 року частка домогосподарств, в яких доходи були нижчими від середнього рівня загальних доходів, зростає до 61,4%, що на 2,1% більше за показник аналогічного періоду 2019 р. і 3,2% – 2016 р. (рис. 2). Водночас частка домогосподарств, які мають доходи нижче від фактичного прожиткового мінімуму, коливалась у межах 24-25%, що значно нижче, ніж у посткризовому 2016 р. Виявлена тенденція підтверджує висновки експертного дослідження Міністерства економіки України, що збереження позитивної динаміки заробітної плати та споживчого попиту населення пом'якшило негативний ефект від раптової «*карантинної зупинки*» економіки [3, с. 8]. Але виявлена ситуація значною мірою є інертною та в умовах агрегованих рефлексій на невизначеність при пандемії в наступних хвилях може набувати більш кризових ознак.

Рис. 3 дозволяє аналізувати тенденції щодо структури сукупних витрат домогосподарств у розрізі основних споживчих потреб. Офіційна статистика не показує явної структурної трансформації, однак помітним є зниження попиту на послуги ресторанів і готелів, що закономірно в умовах посиленого карантину (падіння з 2,6% за IV квартал 2019 року до 1,3% за I квартал 2021 року). Поступово зросли витрати на послуги охорони здоров'я (з 3,8% 2017 року до 5,7% початку 2021 року). Слід зазначити, що за період 2019-2020 рр. частка витрат на продукти харчування знизилась, що продовжило позитивну динаміку виходу з кризи 2014 року. Натомість слід звернути увагу на стрімке зростання вагомості витрат на комунальні послуги (13,9% за IV квартал 2019 року та 24,2% за I квартал 2021 року), що потребує конкретного оцінювання впливу цих витрат на фінансову спроможність населення.



**Рис. 2. Частка домогосподарств в Україні з доходами, що нижчі від встановленого рівня (9 місяців, 2016-2020 рр.), %**

Джерело: [25].



**Рис. 3. Структура витрат домогосподарств в Україні за основними напрямками, 2017-2021 рр., %**

Джерело: [25].

Подальші структурні тенденції щодо витрат населення залежать від масштабів нової хвилі пандемії осені 2021 року, ефективності управлінських рішень і громадської дисципліни. Значну роль відіграють збереження позитивної динаміки зростання розміру заробітної плати та стабілізація індексу інфляції, хоча за I півріччя 2021 року він був значно вищим, ніж за аналогічний період 2020 року [26].

Щоб об'єктивно оцінити вплив пандемії на доходи та витрати населення, з появою новіших статистичних даних потрібний подальший аналіз. Значне погіршення ситуації після 2014 року дещо «згладжує» критичну оцінку зростання бідності населення за період 2019-2021 рр. Однак економіка України перебуває в прямій залежності від глобальних фінансово-економічних тенденцій, тому в разі приходу наступних хвиль пандемії впливи на внутрішню ситуацію можуть бути негативними. Водночас влада та експертне середовище доволі безпечно сприймають постпандемічні ризики. На їхню думку, чергові хвилі пандемії значно менше впливатимуть на економіку України, ніж ситуація початку 2020 року: так вважає 88% експертів у межах

опитування для консенсус-прогнозу Міністерства економіки України [27].

**Висновки.** Аналіз тенденцій в Україні з березня 2020 року дозволяє стверджувати, що стійкої зміни споживчої поведінки населення не відбулось. Натомість відзначається емоційна напруженість споживачів щодо непевності наслідків карантину для добробуту їхніх родин [15]. Утім, слід розуміти, що світовий споживчий ринок, незалежно від подальшого перебігу пандемії, вже розвивається в нових умовах, що ставить додаткові вимоги перед бізнесом. Для збереження позицій на ринку та глобальної конкурентоспроможності вітчизняні суб'єкти бізнесу вже сьогодні повинні:

- розвивати омнікативні мережі збуту (поєднання офлайн – і онлайн-форматів) з підвищеним рівнем швидкого та безпечного обслуговування;
- формувати бренд суб'єкта, що здійснює діяльність на засадах корпоративної, екологічної, соціальної відповідальності бізнесу;
- орієнтуватись на потреби свідомого та здорового споживання.

Пандемія може слугувати своєрідним «фільтром» для відповідального бізнесу в Україні – на протипагу

суб'єктам господарювання, що орієнтовані на короткострокові прибутки в умовах недобросовісної конкуренції, на ринку мають шанс утвердитись інноваційно орієнтовані суб'єкти з новаторськими підходами менеджменту та задоволення потреб споживача. Завдання для влади України – виробити на макrorівні концепцію підтримки відповідального бізнесу в умовах викликів пандемії, а на регіональному рівні через програмно-цільовий підхід підтримувати тих суб'єктів, які відповідають означеним критеріям відповідальності.

Що стосується населення, то регулювання його економічної і споживчої поведінки в умовах пандемії має бути спрямованим на підтримку наявного рівня доходів і фінансової стабілізації ситуації. За поточних умов невизначеності недоцільно стимулювати інвестиційну активність домогосподарств у декомпозиції їхньої фінансової спроможності. Наразі найбільш ефективним і стратегічно орієнтованим шляхом є стимулювання підприємництва й самозайнятості задля диференціації джерел доходів домогосподарств і розвитку можливостей зайнятості для населення. За результатами оцінювання подальшої постпандемічної ситуації слід переглядати економічну та споживчу поведінку населення, окреслюючи наступні пріоритети її регулювання.

#### **Список використаних джерел**

1. Mid-Year Report 2021 «Who strategic action against COVID-19». *World Health Organization: Website*. 2021. URL: [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who\\_sprp\\_mid-year-report-2021.pdf?sfvrsn=60a1721b\\_8&download=true](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who_sprp_mid-year-report-2021.pdf?sfvrsn=60a1721b_8&download=true)
2. Про затвердження Державної програми стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки: постанова Кабінету Міністрів України від 27.05.2020 р. № 534. *LigaZakon*: сайт. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KP200534>
3. Україна: вплив COVID-19 на економіку і суспільство (бачення постпандемічного розвитку у 2020-2024 рр. очима експертів та молоді). Консенсус-прогноз. *Міністерство економіки України*: сайт. 2020. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=bc5d2c61-1a7f-4ec7-8071-b996f2ad2b5a>
4. Оцінка стану деяких галузей в Україні під час та після пандемії COVID-19: аналітична доповідь. *Міжнародний центр перспективних досліджень*: сайт. 2020. URL: [http://www.icps.com.ua/assets/uploads/images/files/covid\\_a4\\_2020\\_mcpd.pdf](http://www.icps.com.ua/assets/uploads/images/files/covid_a4_2020_mcpd.pdf)
5. Волосевич І., Беланенко Д., Савчук Д. Дослідження громадської думки щодо ситуації у країні під час пандемії COVID-19. *Info Sapiens*: сайт. 2020. URL: [https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/115/IS\\_Coronavirus\\_PART2.pdf](https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/115/IS_Coronavirus_PART2.pdf)
6. *Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній*. Київ-Харків, 2020. 188 с.
7. Жаліло Я. А., Базиліук Я. Б., Ковалівська С. В., Коломієць О. О., Собкевич О. В. *Україна після коронакризи – шлях одужання*: наук. доп. / Нац. ін-

стратег. досліджень, Центр регіон. дослідж., Центр економ. і соц. дослідж. Київ: НІСД, 2020. 302 с.

8. Onyshchenko V., Sivitska S., Cherviak A. COVID-19 and its impact on Ukrainian economy. *Економіка і регіон*. 2021. № 1(80). Pp. 6-14. DOI: [https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.1\(80\).2232](https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.1(80).2232)
9. Гордей О., Безноско К., Мерва А. Вплив COVID-19 на економічне зростання в Україні. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2020. № 1-2. С. 49-63. DOI: [10.33244/2617-5940.1-2.2020.49-63](https://doi.org/10.33244/2617-5940.1-2.2020.49-63)
10. Возняк Г., Жеребило І. Мінливість економіки в умовах пандемії: фінансово-економічні наслідки для країни та територіальних громад. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*: зб. наук. пр. 2020. № 3. С. 51-57. DOI: [10.29038/2411-4014-2020-03-51-57](https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-03-51-57)
11. Долбнева Д. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Проблеми економіки*. 2020. № 1(43). С. 20-26. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-20-26>
12. Заволока Ю. М., Івко А. В., Сідненко М. В. Вплив рецесії, викликані пандемією COVID-19, на стан безробіття та ринок праці. *Агросвіт*. 2021. № 9-10. С. 53-59. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.9-10.53>
13. Летуновська Н. Є., Васильєва Т. А., Сміянов В. А. Пандемія COVID-19 як кризоформуєчий фактор здорового розвитку регіонів. *Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка*. 2020. № 3. С. 191-198. DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2020.3-21>
14. Федик М. В. Макроекономічні наслідки впливу пандемії COVID-19 на світову економіку. *Економіка та держава*. 2021. № 7. С. 40-46. DOI: <https://doi.org/10.32702/23066806.2021.7.40>
15. Бережний Я. В. Споживчий ринок і карантин «COVID-19» в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.9.64>
16. Тер-Карпетянц Ю. М. Вплив кризи на маркетингову діяльність підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.62>
17. Марущак О. Я., Косар Н. С., Кузьо Н. Є. Вплив кризи на маркетингову діяльність підприємств та поведінку споживачів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*: зб. наук. пр. 2010. № 691. С. 181-188.
18. Charm T., Grimmelt A., Kim H., Robinson K., Lu N., et al. Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis. *McKinsey & Company: Website*. 26.10.2020. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19>
19. Hesham F., Riadh H., Sihem N. K. What Have We Learned about the Effects of the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior? *Sustainability*. 2021. Vol 13(8). DOI: <https://doi.org/10.3390/su13084304>
20. Malter S. M., Holbrook B. M., Kahn E. B., Parker R. J., Lehmann R. D. The past, present, and future of consumer research. *Marketing Letters*. 2020. Vol. 31. Pp. 137-149. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11002-020-09526-8>
21. Kohli S., Timelin B., Fabius V., Moulvad Veran S. How COVID-19 is changing consumer

behavior – now and forever. *Mc Kinsey & Company: Website*. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/how%20covid%2019%20is%20changing%20consumer%20behavior%20now%20and%20forever/how-covid-19-is-changing-consumer-behaviornow-and-forever.pdf>

22. Покотилова О. І. Рефлексивний підхід у процесі прийняття управлінського рішення щодо формування асортименту підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2012. № 3. С. 185-188.

23. Біль М. М., Мульська О. П. Моделі споживчої поведінки домогосподарств та регіональні особливості їх формування в Україні. *Регіональна економіка*. 2021. № 2(100). С. 53-60. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-2-5>

24. Василькевич Л. О. Структура поведінки споживачів і характеристика її основних компонентів у системі економічних відносин. *Економіка і регіон*. 2011. № 4. С. 187-191.

25. Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств). *Державна служба статистики України*: сайт. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

26. Основні показники рівня життя населення у січні-серпні 2021 року. *Міністерство соціальної політики України*: сайт. 2021. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Pokazniki-socialnoi-sferi.html>

27. Вплив COVID-19 на економіку і суспільство країни: Підсумки 2020 року та виклики і загрози постпандемічного розвитку. Консенсус-прогноз. *Міністерство економіки України*: сайт. 2021. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/media/12916/file/Concensus%20Forecast%20>

### References

1. Mid-Year Report 2021 «Who strategic action against COVID-19» (2021). *World Health Organization: Website*. Retrieved from [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who\\_sprp\\_mid-year-report-2021.pdf?sfvrsn=60a1721b\\_8&download=true](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who_sprp_mid-year-report-2021.pdf?sfvrsn=60a1721b_8&download=true)

2. Pro zatverdzhennya Derzhavnoyi prohramy stymulyuvannya ekonomiky dlya podolannya nehatyvnykh naslidkiv, sprychynenykh obmezhuval'nymy zakhodamy shchodo zapobihannya vynyknennyu i poshyrennyu hostroyi respiratornoyi khvoroby COVID-19, sprychyeno yi koronavirusom SARS-CoV-2, na 2020-2022 roky [On approval of the State program of economic stimulation to overcome the negative effects caused by restrictive measures to prevent the occurrence and spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2, for 2020-2022] (2020). Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine, adopted on 2020, May 27, 534. *LigaZakon: Website*. Retrieved from <https://ips.ligazakon.net/document/KP200534> [in Ukrainian].

3. Ukrayina: vplyv COVID-19 na ekonomiku i suspil'stvo (bachennya postpandemichnoho rozvytku u 2020-2024 rr. ochyma ekspertiv ta molodi). Konsensus-prohnoz [Ukraine: the impact of COVID-19 on the economy and society (vision of post-pandemic development in 2020-2024 through the eyes of experts and youth). Consensus forecast] (2020). *Ministry of Economy of Ukraine: Website*. Retrieved from <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=bc5d2c61-1a7f-4ec7-8071-b996f2ad2b5a> [in Ukrainian].

4. Otsinka stanu deyakykh haluzey v Ukrayini pid chas ta pislya pandemiyi COVID-19 [Assessment of the state of some industries in Ukraine during and after the COVID-19 pandemic]: Analytical report (2020). *International Center for Policy Studies: Website*. Retrieved from [http://www.icps.com.ua/assets/uploads/images/files/covid\\_a4\\_2020\\_mcpd.pdf](http://www.icps.com.ua/assets/uploads/images/files/covid_a4_2020_mcpd.pdf) [in Ukrainian].

5. Volosevych, I., Belanenko, D., & Savchuk, D. (2020). Doslidzhennya hromads'koyi dumky shchodo sytuatsiyi u krayini pid chas pandemiyi COVID-19 [Public opinion poll on the situation in the country during the COVID-19 pandemic]. *Info Sapiens: Website*. Retrieved from [https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/115/IS\\_Coronavirus\\_PART2.pdf](https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/115/IS_Coronavirus_PART2.pdf) [in Ukrainian].

6. *Naslidky epidemiyi COVID-19 ta karantynnykh zakhodiv dlya providnykh sektoriv ekonomiky Ukrainy. Doslidzhennya za rezul'tatamy hlybnykh interv'yu z vlasnykamy ta top-menedzheramy ukrayins'kykh kompaniy [Consequences of the COVID-19 epidemic and quarantine measures for the leading sectors of Ukraine's economy. Research based on the results of in-depth interviews with owners and top managers of Ukrainian companies]* (2020). Kyiv-Kharkiv. [in Ukrainian].

7. Zhalilo, Ya. A., Bazylyuk, Ya. B., Kovalivska, S. V., Kolomiyets, O. O., & Sobkevych, O. V. (2020). *Ukrayina pislya koronakryzy – shlyakh oduzhannya [Ukraine after the corona crisis is a way of recovery]*: Scientific report. Kyiv: NISS. [in Ukrainian].

8. Onyshchenko, V., Sivitska, S., & Cherviak, A. (2021). COVID-19 and its impact on Ukrainian economy. *Ekononika i rehion – Economy and region*, 1(80), 6-14. DOI: [https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.1\(80\).2232](https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.1(80).2232)

9. Hordey, O., Beznosko, K., & Merva, A. (2020). Vplyv COVID-19 na ekonomichne zrostannya v Ukrayini [Impact of COVID-19 on economic growth in Ukraine]. In *Zbirnyk naukovykh prats' Universytetu derzhavnoyi fiskal'noyi sluzhby Ukrainy [Collection of scientific works of the University of the State Fiscal Service of Ukraine]*: Vol. 1-2 (pp. 49-63). DOI: 10.33244/2617-5940.1-2.2020.49-63 [in Ukrainian].

10. Voznyak, H., & Zherybylo, I. (2020). Minlyvist' ekonomiky v umovakh pandemiyi: finansovo-ekonomichni naslidky dlya krayiny ta terytorial'nykh hromad [Economic variability in a pandemic: financial and economic consequences for the country and local communities]. In *Ekonomichnyy chasopys Skhidno-yevropeys'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky [Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University]*: Vol. 3 (pp. 51-57). DOI: 10.29038/2411-4014-2020-03-51-57 [in Ukrainian].

11. Dolbnyeva, D. (2020). Vplyv COVID-19 na ekonomiku krayin svitu [The impact of COVID-19 on the economies of the world]. *Problemy ekonomiky – Problems of the economy*, 1(43), 20-26. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-20-26> [in Ukrainian].

12. Zavoloka, Yu. M., Ivko, A. V., & Sidnenko, M. V. (2021). Vplyv retsesiyi, vyklykanoyi pandemiyeyu COVID-19, na stan bezrobittya ta rynek pratsi [The impact of the recession caused by the COVID-19 pandemic on unemployment and the labor market]. *Ahrosvit – Agrosvit*, 9-10, 53-59. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.9-10.53> [in Ukrainian].

13. Letunovska, N. Ye., Vasylyeva, T. A., & Smiyanov, V. A. (2020). Pandemiya COVID-19 yak

kryzoformuyuchy faktor zdorovoho rozvytku rehioniv [The COVID-19 pandemic as a crisis-forming factor in the healthy development of regions]. *Visnyk Sums'koho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomika – Bulletin of Sumy State University. Series: Economics*, 191-198. DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2020.3-21> [in Ukrainian].

14. Fedyk, M. V. (2021). Makroekonomichni naslidky vplyvu pandemiyi COVID-19 na svitovu ekonomiku [Macroeconomic consequences of the impact of the COVID-19 pandemic on the world economy]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, 7, 40-46. DOI: <https://doi.org/10.32702/23066806.2021.7.40> [in Ukrainian].

15. Bereznyy, Ya. V. (2020). Spozhyvchyy rynek i karantyn «COVID-19» v Ukraini [Consumer market and quarantine «COVID-19» in Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.9.64> [in Ukrainian].

16. Ter-Karapetyants, Yu. M. (2020). Vplyv kryzy na marketynhovu diyal'nist' pidpryyemstv [The impact of the crisis on the marketing activities of enterprises]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.62> [in Ukrainian].

17. Marushchak, O. Ya., Kosar, N. S., & Kuzo, N. Ye. (2010). Vplyv kryzy na marketynhovu diyal'nist' pidpryyemstv ta povedinku spozhyvachiv [The impact of the crisis on the marketing activities of enterprises and consumer behavior]. In *Visnyk Natsional'noho universytetu «Lviv'ska politehnika»: Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku» [Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»: Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development]*: Vol. 691 (pp. 181-188). [in Ukrainian].

18. Charm, T., Grimmelt, A., Kim, H., Robinson, K., & Lu N., et al. (2020, Oct 26). Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis. *Mc Kinsey & Company*: Website. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19>

19. Hesham, F., Riadh H., & Sihem, N. K. (2021). What Have We Learned about the Effects of the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior? *Sustainability*, 13(8). DOI: <https://doi.org/10.3390/su13084304>

20. Malter, S. M., Holbrook, B. M., Kahn, E. B., Parker, R. J., & Lehmann, R. D. (2020). The past, present, and future of consumer research. *Marketing Letters*, 31, 137-149. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11002-020-09526-8>

21. Kohli, S., Timelin, B., Fabius, V., & Moulvad Veranen, S. (2020). How COVID-19 is changing

consumer behavior – now and forever. *Mc Kinsey & Company*: Website. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/how%20covid%2019%20is%20changing%20consumer%20behavior%20now%20and%20forever/how-covid-19-is-changing-consumer-behaviornow-and-forever.pdf>

22. Pokotylova, O. I. (2012). Refleksyvnyy pidkhid u protsesi pryynyattya upravlins'koho rishennya shchodo formuvannya asortymentu pidpryyemstva [Reflective approach in the process of making management decisions on the formation of the range of enterprises]. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu – Economic Bulletin of Donbass*, 3, 185-188. [in Ukrainian].

23. Bil, M. M., & Mul'ska, O. P. (2021). Modeli spozhyvchoyi povedinky domohospodarstv ta rehional'ni osoblyvosti yikh formuvannya v Ukraini. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 2(100), 53-60. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-2-5> [in Ukrainian].

24. Vasylykevych, L. O. (2011). Struktura povedinky spozhyvachiv i kharakterystyka yiyi osnovnykh komponentiv u systemi ekonomichnykh vidnosyn. *Ekonomika i rehion – Economy and region*, 4, 187-191. [in Ukrainian].

25. Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy (za danymy vybirkovoho obstezhennya umov zhyttya domohospodarstv) [Expenditures and resources of households in Ukraine (according to a sample survey of living conditions of households)] (2021). *State Statistics Service of Ukraine*: Website. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

26. Osnovni pokaznyky rivnya zhyttya naseleння u sichni-serpni 2021 roku [The main indicators of living standards in January-August 2021] (2021). *Ministry of Social Policy of Ukraine*: Website. Retrieved from <https://www.msp.gov.ua/timeline/Pokazniki-socialnoi-sferi.html> [in Ukrainian].

27. Vplyv COVID-19 na ekonomiku i suspil'stvo krayiny: Pidsumky 2020 roku ta vyklyky i zahrozy postpandemichnogo rozvytku. Konsensus-prohnoz [Impact of COVID-19 on the country's economy and society: Results of 2020 and challenges and threats of post-pandemic development. Consensus forecast] (2021). *Ministry of Economy of Ukraine*: Website. Retrieved from <https://www.unicef.org/ukraine/media/12916/file/Concensus%20Forecast%20> [in Ukrainian].

Дослідження виконано в межах гранту 2020.02/0215 «Фінансові детермінанти забезпечення економічного зростання регіонів та територіальних громад на засадах поведінкової економіки» за підтримки НФДУ.

Надійшло 15.06.2021 р.