

*Лазаренко Владислав Ігорович,
доктор філософії в галузі економіки,
завідувач кафедри фінансів та обліку;
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ МОДЕЛЬ ПОВЕДІНКИ УКРАЇНСЬКОГО СПОЖИВАЧА

Військові дії, які тривають в Україні, мають величезний вплив на соціально-економічну модель поведінки країни загалом. Абсолютно неспровокована, терористична агресія з боку російської федерації, з-поміж соціогуманітарного лиха, ступінь якого збільшується з кожним днем війни, завдала непоправної шкоди й економічній моделі розвитку галузі, змушуючи Україну на макрорівні кардинально змінювати підходи в управлінні економікою. Даний вплив проявляється в декількох ключових аспектах:

1. Загальні зміни в економіці. Воєнні дії суттєво вплинули на економіку України, змусивши її переформатуватися. Багато промислових регіонів країни опинилися в зоні бойових дій, що призвело до втрати підприємств, заводів і інфраструктури. Порушені логістичні ланцюги, зруйновані транспортні шляхи, блокада портів — все це значно знижує виробничі можливості та експортний потенціал країни, зокрема стратегічно важливу галузь – агропромисловий сектор. Деякі галузі, як-то металургія, значно постраждали, тоді як інші, як-от ІТ-сектор, навпаки, змогли зберегти темпи росту або навіть підвищити продуктивність завдяки віддаленій роботі.

2. Переорієнтація економічних пріоритетів. Пріоритетами стали зміцнення обороноздатності та забезпечення базових потреб населення. Державні ресурси і бюджетні витрати переважно спрямовуються на армію, гуманітарні потреби, відновлення критичної інфраструктури. Оскільки воєнні витрати постійно зростають, державі доводиться брати позики від міжнародних організацій, а також впроваджувати суворі заходи економії та оптимізації витратів.

3. Зміни на ринку праці. Війна призвела до масових переміщень населення. Внутрішня міграція і виїзд громадян за кордон спричинили зміну на ринку праці: деякі галузі зіткнулися з гострим дефіцитом кадрів, а інші — з перенасиченням робочої сили. Крім того, багато людей були змушені змінити спеціальність або знайти тимчасову роботу, що вплинуло на загальний рівень кваліфікації робочої сили. Проблема безробіття стала дуже актуальною, особливо в регіонах, де відбуваються активні бойові дії.

4. Соціальна поведінка населення. Військові дії суттєво змінили соціальну поведінку українців. Спостерігається підвищення рівня волонтерської активності, консолідація суспільства навколо спільних цілей. Українці активно допомагають армії, займаються гуманітарною підтримкою постраждалих регіонів, а також підтримують один одного в кризових ситуаціях. Водночас на

фоні постійного стресу значно зросли рівень тривожності і психологічних проблем, що ставить нові виклики перед системою охорони здоров'я.

5. *Зміна парадигми інвестиційної політики у розвиток нових галузей.* Незважаючи на руйнування, в Україні відбувається розвиток нових галузей, особливо тих, які можуть працювати віддалено або не залежать від фізичної інфраструктури. Це стосується ІТ-індустрії, де багато компаній змогли адаптуватися до нових умов, а також аграрного сектору, який активно шукає нові способи організації виробництва. Країна також працює над впровадженням енергетичних альтернатив і розширенням міжнародних торговельних зв'язків для підтримки експорту.

Все це здійснило комплексний вплив на поведінку українського споживача в незалежності від ринку. Під впливом невизначеності та стресу, українські споживачі стали більш обачними у своїх витратах, віддаючи перевагу товарам першої необхідності. Зросла популярність локальних продуктів, оскільки багато людей намагаються підтримувати вітчизняного виробника. Додатково, спостерігається зростання інтересу до онлайн-торгівлі, оскільки цей формат забезпечує зручність та безпеку у покупках.

Емоційні фактори, такі як патріотизм і солідарність, також грають важливу роль у споживчій поведінці. Люди стають більш свідомими у виборі брендів, які підтримують країну та її армію, переймаючись вартістю не лише товару, але й його соціальним впливом. В умовах війни українські споживачі також почали надавати перевагу етичному споживанню. Люди усвідомлюють, що їхні вибори можуть вплинути на соціально-економічну ситуацію в країні, тому все частіше орієнтуються на компанії, які дотримуються принципів соціальної відповідальності. Це стало особливо помітним у категорії товарів харчування, де споживачі обирають продукти, що виготовляються безпосередньо в Україні, підтримуючи місцевих фермерів та виробників.

Крім того, зміни в споживчих звичках супроводжуються скороченням витрат на розваги та неістотні товари. Українці беруть до уваги не лише ціну, але й якість товару, його корисність у поточних умовах. Це призводить до зростання попиту на багатофункціональні продукти та послуги, які здатні задовольнити кілька потреб одночасно.

З огляду на ці тенденції, компаніям важливо адаптувати свої стратегії маркетингу та комунікації. Підтримка соціальних ініціатив, відповідальність перед суспільством і прозорість бізнес-процесів можуть стати критично важливими факторами у залученні нових клієнтів та збереженні лояльності існуючих. Споживачі, в свою чергу, продовжуватимуть шукати можливості, щоб своїм вибором підтримати стійкість і відновлення економіки України.

Майбутня трансформація поведінки українського споживача, ймовірно, буде визначатися низкою важливих факторів, серед яких економічні зміни, технологічні інновації, вплив війни, а також культурні та соціальні зрушення. Ці зміни в споживчій поведінці відображають ширший соціальний та економічний

контекст в Україні. Трансформація викликана і зовнішніми загрозами, і внутрішньою стійкістю українців, яка впливає на їхні щоденні вибори.

Список використаних джерел

1. Лазаренко В.І. Сучасні передумови формування суспільної екологічної цінності за біхевіористичним підходом. *Агроекологічний журнал*. 2022. №2. с. 118-123.

2. Лазаренко В.І. Оцінювання існуючих підходів екологічного маркетингу щодо органічного виробництва в умовах воєнного стану. *Збалансоване природокористування*. 2023. №1. С.28-35.

3. Бойко А.В. Еволюція концепції стійкості: від природничого до економічного контексту. *Економічна теорія*. 2013. №4. С. 27–37.

4. Катона Дж. Раціональна поведінка та економічна поведінка. *Психологічний огляд*. Вип. 60 (1953). С. 307-318.

Маліновська Ольга Ярославівна,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом;

Семенчук Любомир Валентинович,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»;

Львівський національний університет імені Івана Франка

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Питання формування громадянського суспільства в Україні є надзвичайно актуальним у сучасних умовах. Україна має надзвичайно важливе значення в сучасних умовах. Громадянське суспільство є основою демократії, де громадяни беруть активну участь у формуванні та реалізації державної політики. Недостатньо розвинене громадянське суспільство призводить до різноманітних соціальних конфліктів та політичних криз. Розвиток громадянського суспільства в Україні має вирішальне значення для стабільності, соціального миру та розвитку країни.

Громадянське суспільство не є продуктом держави, навпаки, воно формує та регулює державу. Сьогодні очевидно, що реформа системи надання адміністративних послуг неможлива без активної участі громадян [1]. Взаємодія між державою та громадянським суспільством ґрунтується на взаєморозумінні та партнерстві. Це є основою для демократії та правової держави. Однак коли держава починає домінувати над суспільством, це може призвести до її