

*Викладач курсу -  
PhD, доц. кафедри менеджменту, бізнесу та  
маркетингових технологій  
Тетяна ЗАВАЛІЙ*

# **Поведінка споживача**

**Навчальна дисципліна**



## Тема 2. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів

## **ПЛАН ЛЕКЦІЇ**

1. Культурні чинники та їх вплив на споживчу поведінку
2. Соціальні чинники у формуванні споживчої поведінки
3. Особливості впливу зовнішніх чинників на індивідуального споживача
4. Специфіка впливу зовнішніх чинників на промислового споживача

# 1. Культурні чинники та їх вплив на споживчу поведінку

# **КУЛЬТУРА**

## **ЯК КОМПЛЕКСНЕ ПОНЯТТЯ**

охоплює сукупність цінностей, переконань, звичаїв,  
набуті знання та моделі поведінки, символи та  
традиції

## **У КОНТЕКСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ**

охоплює питання впливу на процес прийняття рішень  
про покупку, формування споживчих переваг,  
визначення прийнятних способів споживання

## **КУЛЬТУРА**

*в контексті споживчої поведінки*

– це комплексна система цінностей, переконань та звичаїв, що визначає специфіку споживчих рішень та формує прийнятні способи задоволення потреб у певному суспільстві



**Вишиванка**



**Кімоно**



**Індійське сарі**

**Національний одяг**



**Піца**



**Борщ**



**Роли / суші**



**Гамбургер**

**Національні страви**



**Дівалі**

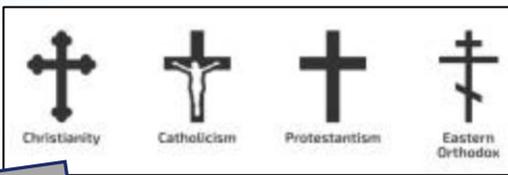


**День подяки**



**Китайський Новий рік**

**Свята та традиції**



Традиційні символи  
різних культур



**Релігійні символи**



### **OK**

Позитивний в США,  
образливий в Бразилії,  
в Франції може  
означати «0» (нуль)



### **Thumbs-up**

Позитивний в США,  
образливий в Саудівській  
Аравії (і в інших країнах  
Близького Сходу)

**Жести**

# США: кредити на освіту

## Історичні передумови

- Традиція платної вищої освіти
- Висока вартість навчання в престижних університетах
- Розвинена система фінансових послуг

## Соціальні чинники

- Сприйняття освіти як інвестиції в майбутнє
- Віра в «американську мрію» та соціальну мобільність
- Престиж диплому відомих університетів
- Очікування вищих доходів після отримання освіти

Debt type	Average debt
<a href="#">Bachelor's degree debt</a>	\$29,300.

**Середній борг випускника,  
який буде виплачуватися  
протягом 10-25 років**

*Дані за 2024 р.*

## Споживча поведінка

- Готовність брати значні суми в борг на початку кар'єри
- Прийняття довгострокових фінансових зобов'язань
- Планування сімейного бюджету з урахуванням майбутніх освітніх витрат
- Створення освітніх накопичувальних рахунків для дітей

# Сієста

## Історичні передумови

- Походження з південних регіонів (Іспанія, Італія, Греція)
- Адаптація до спекотного клімату
- Традиція післяобіднього відпочинку

## Споживча поведінка

- Формування специфічних годин шопінгу
- Особливий режим харчування
- Адаптація бізнесу до денної перерви
- Вплив на туристичний сервіс

## Економічні наслідки

- Подовження робочого дня
- Специфіка організації торгівлі
- Особливості роботи сфери послуг
- Вплив на продуктивність праці



**Ця культурна особливість впливає не лише на режим роботи та відпочинку, але й формує цілі категорії товарів та послуг, адаптованих під такий спосіб ЖИТТЯ**

## Індія



Використання лівої руки  
для їжі в індійській  
культурі вважається табу  
через кілька культурних  
причин

## 2. Соціальні чинники у формуванні споживчої поведінки

## **СОЦІАЛЬНІ ЧИННИКИ**

**Родина та  
виховання**

**Референтні  
групи**

**Соціальний  
статус**

**Культура та  
субкультура**

**Освіта**

**Соціальні мережі  
та медіа**

**Урбанізація**

**Соціальні  
рухи**

**Економічні  
умови**

**Гендерні  
ролі**

## СОЦІАЛЬНІ ЧИННИКИ

### Референтні групи у контексті споживчої поведінки

– це соціальні групи, які впливають на  
формування споживчих установок,  
переконань та поведінки людини

#### Первинні

Родина та близькі  
Коло спілкування  
Колеги по роботі чи по  
навчанню

#### Вторинні

Професійні спільноти  
Релігійні спільноти  
Спортивні клуби  
Громадські об'єднання

Вплив студентської спільноти: студенти престижних університетів почали їх активно використовувати, вони стали символом статусу для студентства, за рік перетворились з «дивного аксесуару» на мастхев серед молоді, з'явився тренд на преміальні бездротові навушники



## ФЕНОМЕН AIRRODS

**How did Apple's AirPods go from mockery to millennial status symbol?**

2016 рік - Apple запустила в ринок свої навушники AirPods

2017 рік - Apple продає близько 16 млн AirPods

2018 рік - Apple продає майже 35 млн AirPods

2019 рік - Apple продає 50 млн AirPods

**«Якби тільки був винахід, який міг би тримати ці AirPods прив'язаними разом, як шнурок», написав Ешлі Ескеда з технічного вебсайту CNET у Twitter**

Якимось чином маленькі стручки вартістю 159 фунтів стерлінгів за пару перетворилися на справжній символ статусу

Після випуску Apple AirPods у 2016 році індустрія технологій висміювала нетрадиційний вигляд бездротових навушників. Однак з того часу вони стали революційним технологічним продуктом на ринку бездротових навушників

AirPods вдалося зібрати масу прихильників, які з тих пір не були відтворені. Це свого роду символ статусу серед підлітків і молоді, хоча це і не найдорожчі навушники

## СОЦІАЛЬНІ ЧИННИКИ

### **Урбанізація у контексті споживчої поведінки**

– це соціально-економічний процес, який характеризується концентрацією населення у містах та формуванням специфічних міських моделей споживання, що проявляється через

#### **Часову орієнтацію споживання**

Планування покупок з врахуванням трафіку

#### **Просторова організація споживання**

Створення комплексних ТРЦ

#### **Психологічні аспекти**

Вища схильність до експериментів з новими продуктами

#### **Здоров'я та велнес**

Wellness-індустрія

#### **Соціальна стратифікація**

Розвиток преміум-сегменту

#### **Професійна зайнятість**

Вплив професійного статусу на споживання

**ВСІ. СВОЇ**





### 3. Особливості впливу зовнішніх чинників на індивідуального споживача

# Зовнішні чинники, що впливають на споживача

## 1. Економічні чинники

Рівень доходів та купівельна спроможність  
Інфляційні процеси та цінова динаміка  
Економічна ситуація в країні  
Курс валют  
Умови кредитування  
споживача

## 2. Соціально-культурні чинники

Культурні традиції та цінності  
Соціальний статус та приналежність до  
певної групи  
Мода та тренди  
Стиль життя  
Референтні групи та їх вплив

## 3. Демографічні чинники

Вік  
Стать  
Склад родини  
Місце проживання  
Рівень освіти

## 4. Політико-правові чинники

Законодавче регулювання  
споживчого ринку  
Захист прав споживачів  
Політична стабільність  
Державна політика щодо  
споживчого ринку

## 5. Технологічні чинники

Розвиток цифрових технологій  
Доступність інформації  
Онлайн-торгівля  
Нові способи оплати  
Інновації в продуктах та  
послугах

## 6. Маркетингові чинники

Реклама та просування  
Брендинг  
Упаковка та дизайн  
Місце продажу  
Сервіс та обслуговування

## 7. Екологічні чинники

Доступність екологічно чистих  
продуктів  
Енергоефективність товарів  
Екологічна свідомість суспільства  
Державна політика щодо захисту  
довкілля

## Механізми впливу зовнішніх чинників

### **Пряма дія**

Безпосередній вплив на  
купівельну  
спроможність

Фізична доступність  
товарів

Законодавчі обмеження

### **Непряма дія**

Формування споживчих  
переваг

Зміна споживчої  
поведінки

Вплив на прийняття  
рішень

## Наслідки впливу зовнішніх чинників

### **Зміна споживчої поведінки**

Перегляд споживчого кошика

Зміна частоти покупок

Перехід на альтернативні товари

### **Адаптація споживачів**

Пошук нових джерел інформації

Розвиток нових споживчих  
навичок

Зміна споживчих звичок

### **Трансформація споживчих цінностей**

Переоцінка важливості різних  
характеристик товарів

Зміна пріоритетів при виборі товарів

Формування нових споживчих  
очікувань

### **Економічні наслідки**

Зміна структури витрат

Перерозподіл споживчого  
бюджету

Пошук способів економії

**Споживча звичка**  
– це сформований  
автоматичний спосіб  
споживчої поведінки,  
який виконується  
регулярно без  
особливих роздумів



**Автоматизм**

**Емоційна  
прив'язаність**

**Складність**

**Формується через  
повторення**

**Може бути корисною  
чи шкідливою**

**зміни**

## Вплив цифрової економіки на споживчі звички

Аспекти споживчих звичок	Вплив цифрової економіки
Споживання контенту	Зростання стрімінгових платформ для перегляду відео та слухання музики; зміна способу споживання медіа через цифрові платформи
Платіжні звички	Перехід до електронних платіжних систем; зменшення використання готівки; зростання безконтактних та мобільних платежів
Онлайн-шопінг	Зручність та доступність покупок через інтернет; можливість порівняння цін та вибору товарів; зростання електронної комерції
Пошук інформації	Зручний доступ до величезного обсягу інформації про товари та послуги; вплив рейтингів, відгуків та рекомендацій
Онлайн-реклама	Персоналізована реклама на основі даних користувачів; збільшення впливу соціальних медіа на споживчі рішення
Подорожі	Зручне бронювання та покупка квитків онлайн; використання мобільних додатків для планування маршрутів та пошуку місць проживання

**Джерело:** Гуржій Н.М., Назарова С.О., Васирина О.Р. Цифрова економіка та її вплив на зміну споживчих звичок і ринкових стратегій: цифрові трансформації та інституційний контекст. Академічні візії. 2024. Випуск 30.

**Споживча навичка**  
– це набута здатність  
ефективно виконувати  
певні споживчі дії на  
основі знань та досвіду

**Ключові характеристики**  
Свідоме засвоєння  
Можливість удосконалення  
Базується на знаннях та досвіді  
Раціональний характер  
Спрямованість на ефективність



## **Споживчий кошик**

– це набір товарів і послуг, необхідних для задоволення наших першочергових потреб у середньому за рік



	ХЛІБ ПШЕНИЧНИЙ
	БОРОШНО ПШЕНИЧНЕ
	РИСОВА КРУПА
	ГРЕЧАНА КРУПА
	ВІВСЯНА КРУПА

	ЯЛОВИЧИНА
	СВИНИНА
	ПТИЦЯ
	САЛО
	КОВБАСНІ ВИРОБИ

	ВЕРХНІЙ ЗИМОВИЙ ОДЯГ (ПАЛЬТО, НАПІВПАЛЬТО)
	КУРТКА (НА СИНТАПОНІ)
	ПЛАЩ, КУРТКА НЕУТЕПЛЕНА
	КОСТЮМ
	БРЮКИ
	БЛУЗКА
	ДЖЕМПЕР, СВЕТР
	СПІДНИЦЯ
	СПОРТИВНИЙ КОСТЮМ

	ВЕРХНІЙ ЗИМОВИЙ ОДЯГ (КУРТКА НА СИНТАПОНІ)
	ВЕРХНІЙ ДЕМІСЕЗОННИЙ ОДЯГ (КУРТКА )
	КОСТЮМ ДВІЙКА
	СОРОЧКА ЗІ ЗМІШАНОЇ ТКАНИНИ
	БРЮКИ З НАПІВВОВНЯНОЇ, ЗМІШАНОЇ ТКАНИНИ
	ДЖИНСИ
	ДЖЕМПЕР, СВЕТР
	СПОРТИВНИЙ КОСТЮМ
	ТРУСИ

# СПОЖИВЧИЙ КОШИК

	МОРКВА, БУРЯКИ
	ЦИБУЛЯ, ЧАСНИК
	КАВУНИ, ДИНИ
	ФРУКТИ, ЯГОДИ СВІЖІ
	СУХОФРУКТИ
	ЦУКОР
	КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ
	ОЛІЯ

	МАСЛО ВЕРШКОВЕ
	СИР ТВЕРДИЙ
	СМЕТАНА
	ЯЙЦЯ
	ЧАЙ
	КАВА МЕЛЕНА
	СІЛЬ
	СПЕЦІЇ (ЛАВРОВИЙ ЛИСТ)

	БЮСТГАЛТЕР
	КОЛГОТКИ ІЗ БАВОВНЯНОЇ, НАПІВБАВОВНЯНОЇ ПРЯЖІ
	КОЛГОТКИ СИНТЕТИЧНІ
	ШАПКА, ШАРФ (КОМПЛЕКТ)
	РУКАВИЦІ
	ЧОБОТИ ЗИМОВІ
	ТУФЛІ ОСІННІ
	ТУФЛІ ЛІТНІ
	ДОМАШНЄ ВЗУТТЯ

	ШКАРПЕТКИ
	ШАПКА, ШАРФ (КОМПЛЕКТ)
	КРАВАТКА
	БРИТВА
	ЛЕЗА ДО БРИТВИ
	ЧОБОТИ УТЕПЛЕНІ
	КРОСОВЕ ВЗУТТЯ
	ТУФЛІ
	ДОМАШНЄ ВЗУТТЯ

## Прожитковий мінімум

– це вартісна оцінка споживчого кошика, що містить мінімальні набори продуктів харчування, непродовольчих товарів та послуг, необхідних для збереження здоров'я людини і забезпечення її життєдіяльності. Чільні положення, що визначають порядок формування споживчого кошика і використання прожиткового мінімуму, встановлені **Законом України «Про прожитковий мінімум» № 966-XIV від 15.07.1999**

з 01.01.2025

2920

з 01.01.2026

3209

## **Прожитковий мінімум**

– це вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я *набору продуктів харчування*, а також мінімального *набору непродовольчих товарів* та мінімального *набору послуг*, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості

*Закон України «Про прожитковий мінімум»*

Прожитковий мінімум визначається нормативним методом у розрахунку на місяць на одну особу, а також окремо для тих, хто відноситься до основних соціальних і демографічних груп населення: дітей віком до 6 років; дітей віком від 6 до 18 років; працездатних осіб; осіб, які втратили працездатність

## 4. Специфіка впливу зовнішніх чинників на промислового споживача

**Промисловий  
споживач**

=

**B2B-ринок**

**Промисловий споживач** – це організація або підприємство, яке купує товари та послуги не для кінцевого споживання, а для:

- використання у власному виробництві
- перепродажу іншим організаціям
- забезпечення діяльності підприємства

**B2B-ринок** характеризується тим, що:

- процес прийняття рішень про покупку є більш раціональним і складним
- рішення часто приймаються колегіально
- закупівлі зазвичай більші за обсягом
- важливу роль відіграють довгострокові партнерські відносини

## Економічні чинники

Макроекономічні показники: ВВП, інфляція, курс валют

Галузеві економічні тенденції та їх вплив на  
закупівельну поведінку

Фінансова стабільність ринку та доступність кредитних  
ресурсів

Вплив економічних циклів на промислові закупівлі

## Політико-правові фактори

Законодавче регулювання промислових ринків  
Вплив державної політики та програм підтримки промисловості  
Міжнародні торговельні угоди та обмеження  
Стандарти якості та сертифікація продукції

# Технологічні та інноваційні фактори

Вплив технологічних змін на виробничі процеси

Роль цифровізації у промислових закупівлях

Інноваційні тренди галузі

Вимоги до технологічної сумісності продукції

# Конкурентне середовище та ринкові чинники

Структура конкуренції на промисловому ринку

Вплив постачальників та посередників

Зміни в поведінці кінцевих споживачів

Глобалізація та її вплив на промислові закупівлі

# Споживча ейфорія

– це стан підвищеного задоволення та піднесення, який виникає одразу після придбання бажаного товару. Характеризується відчуттям радості, ентузіазму та передчуттям користі від придбання. Цей стан зазвичай короткочасний і найсильніше проявляється при довгоочікуваних або емоційно значущих покупках. Споживча ейфорія часто передує можливому післякупівельному дисонансу

Головна / Пам`ятні монети / Монети з нейзильберу

## Пльонтанізм (Іван Марчук) у сувенірному пакованні (н)

Рік

2024

Матеріал

НЕЙЗИЛЬБЕР

Тираж

75000

472 грн

1 шт

АВТОРИЗУВАТИСЯ

Вам доступно для придбання ще 1 шт.

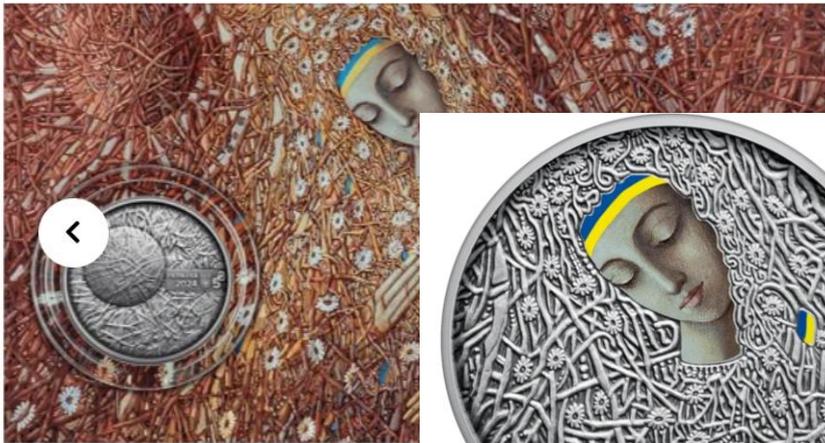
Ліміт продукції на одного користувача становить 1 шт.

На складі залишилося всього 7632 шт.



1/4

APT: C59



**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!**