

УДК 338.46:008:330.567.2(477)

JEL: Z11, D12, Z18

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8273/2026-14-1>

Ангел Є.Є.

аспірант,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8719-1449>

Yevhen Anhel

National University of Kyiv-Mohyla academy

Бураковський І.В.

доктор економічних наук, професор,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7560-3784>

Igor Burakovsky

National University of Kyiv-Mohyla academy

СПОЖИВЧИЙ ПОПИТ НА КУЛЬТУРНІ ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ВИТРАТ ДОМОГОСПОДАРСТВ

CONSUMER DEMAND FOR CULTURAL GOODS AND SERVICES IN UKRAINE: AN ANALYSIS OF HOUSEHOLD EXPENDITURE

Анотація. У статті досліджено споживчий попит на культурні товари та послуги в Україні на основі аналізу витрат домогосподарств. Проаналізовано динаміку частки витрат на відпочинок і культуру у 2002–2021 роках, їх місце у загальній структурі витрат домогосподарств та регіональні відмінності. Проведено порівняння відповідних показників України та країн Європейського Союзу. Встановлено, що частка витрат на відпочинок і культуру в Україні залишається відносно низькою, а її скорочення переважно припадало на кризові періоди. Визначено суттєвий розрив між показниками України та країн Європейського Союзу. Розглянуто фінансові обмеження культурного споживання під час воєнного стану та місце витрат на культуру у соціальних стандартах. Обґрунтовано значення платоспроможного попиту як економічної передумови розвитку сектору культури та креативних індустрій.

Ключові слова: культура та креативні індустрії; економіка культури; економічна роль культури; культурні товари та послуги; споживчий попит; витрати домогосподарств; повосення відновлення.

Abstract. Introduction. Effective demand for cultural goods and services is an important economic condition for the development of the cultural and creative industries. In Ukraine, this issue is especially relevant because economic crises and the full-scale war have weakened household purchasing power, while household expenditure on culture remains insufficiently studied as a separate indicator of effective demand. **Purpose.** The purpose of the article is to analyse household expenditure on cultural goods and services in Ukraine and identify the features of effective demand as a factor in the development of the cultural and creative industries. **Methods.** The study applies statistical, comparative, structural and dynamic analysis, and generalisation methods. Data from the State Statistics Service of Ukraine were used to analyse expenditure on recreation and culture in 2002–2021, its place in the household expenditure structure, and regional differences in 2021. Comparative analysis with European Union countries was based on Household Budget Survey data. Survey evidence from the period of martial law and Ukrainian social standards related to cultural needs were also analysed. **Results.** The results show that the share of household expenditure on recreation and culture in Ukraine remained relatively low and did not demonstrate a stable upward trend. The most noticeable decreases occurred during crisis periods. Substantial regional differences were identified in 2021, while comparison with European Union countries revealed a considerable gap in the share of expenditure on recreation and culture. Survey data during martial law also indicates that limited financial resources constrain cultural consumption. Cultural needs also occupy a relatively small place in the structure of social standards. **Conclusion.** Limited household financial capacity constrains cultural consumption and the economic potential of the cultural and creative industries. These demand-side constraints should be considered in cultural and socio-economic policy and post-war recovery planning.

Keywords: cultural and creative industries; cultural economics; economic role of culture; cultural goods and services; consumer demand; household expenditure; post-war recovery.

Постановка проблеми. Функціонування сектору культури та креативних індустрій значною мірою залежить від сформованого в суспільстві попиту на культурні товари та послуги. З одного боку, окремі види діяльності в секторі, зокрема перформативне мистецтво та музейна справа, де переважає державна та комунальна форма власності, традиційно забезпечуються бюджетним фінансуванням, що дозволяє част-

ково компенсувати брак попиту та недостатній рівень доходів населення для активного споживання культурних послуг. З іншого боку, для розвитку сектору та реалізації його економічного потенціалу необхідною є наявність платоспроможного попиту з боку населення країни. Тому витрати домогосподарств можна розглядати як один з показників такого попиту на продукцію сектору культури та креативних індустрій. Однак

повномасштабна війна негативно вплинула на доходи та споживчі можливості населення, що безпосередньо відображається на попиті на культурні товари та послуги.

Закон України «Про культуру» визначає, що економічна (фінансова) доступність якісних культурних послуг є одним з пріоритетів державної політики [11]. Суто в економічному плані це питання можна розглядати як в контексті вартості послуг, так і рівня доходів і витрат населення. Стратегія розвитку культури в Україні на період до 2030 року, схвалена у березні 2025 року, включає падіння купівельної спроможності домогосподарств до переліку негативних наслідків війни для креативних індустрій разом зі згоранням економічної діяльності, падінням виробництва продукції самого сектору та спроможності для експорту [13]. Частка населення, що визначає рівень доступності закладів культури, є одним з індикаторів виконання стратегічного документу. Однак Стратегія та Операційний план заходів з її реалізації на 2025–2027 роки не містять переліку прямих заходів для подолання проблеми низького споживання культурних товарів і послуг в контексті погіршення добробуту населення під час війни. Окремі заходи орієнтовані на стимулювання пропозиції культурного продукту, зокрема Операційна ціль 3 «Стимулювання створення якісного культурного продукту та креативного продукту, формування запиту на нього». Тому важливо звернути дослідницьку увагу на питання споживчої поведінки домогосподарств через аналіз витрат на культуру, оскільки платоспроможний попит є важливою передумовою для реалізації потенціалу сектору в процесі повоєнного відновлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання попиту на культурні товари та послуги посідає важливе місце в дослідженнях, присвячених економіці культури. Праці Тросбі Д. [25], Тауса Р. [26] та Сімена Б. [24] формують теоретичне підґрунтя для аналізу попиту на культурні товари та послуги. Культурне споживання є результатом дії як специфічних культурних факторів (освіти, попереднього культурного досвіду, особистих смаків), так і традиційних економічних – доходів населення та цін. Таким чином, витрати домогосподарств на культуру визначаються не лише їхніми бюджетними обмеженнями, а й ширшим комплексом соціально-економічних характеристик.

Частина міжнародних емпіричних досліджень зосереджена саме на аналізі доходів населення як детермінанті культурного попиту. Дініз С. та Машаду А. встановили зв'язок культурних витрат із доходами та освітою споживачів [20]. Янг і Ванг підтвердили залежність споживання культурної продукції від рівня доходів в Китаї [27]. Дослідження Баеса Монтенегро А., Мораги Карденаса М. та Колтера Маріно К. для Чилі також підтвердило наявність позитивного зв'язку доходу з культурними витратами, і водночас показало, що його вплив сильніший серед домогосподарств з низьким рівнем витрат [19].

Зважаючи на виклики сектору культури та креативних індустрій під час війни, важливим є міжнародний досвід досліджень споживання культурної продукції в умовах криз та змін економічної кон'юнктури. Гардеасабаль Х. і Поло-Муро Е. на прикладі Іспанії встановили, що безробіття супроводжується скороченням доходів і культурних витрат домогосподарств, причому

останні є чутливими до змін доходу [22]. Чутливість культурних витрат до зміни економічних умов простежується і на макrorівні. Кацуура М., досліджуючи зв'язок між культурними витратами домогосподарств та економічним циклом, показує їх залежність від змін загальної економічної кон'юнктури [23].

В українській науковій літературі витрати на культуру значно рідше є предметом економічного аналізу, причому вони переважно розглядаються як складова частина загальних споживчих витрат домогосподарств. Наприклад, Кізима Т. [4], Ліпич Л. та Мостенець С. [7] аналізують частку витрат на «відпочинок і культуру» та звертають увагу на відмінності між міськими й сільськими домогосподарствами. Кудінова А. і Верба Д. досліджували зміну структури споживчих витрат залежно від реальних доходів населення [5]. Також проводилися міжнародні порівняння структури витрат українських домогосподарств, зокрема в роботах Лойка Д. щодо України та Чехії [8], Сидорової А., Буркіної Н. і Фурман Т. щодо України та Польщі [15]. Водночас Проскуріна М. визначила витрати домогосподарств як один з факторів впливу на динаміку ролі культурної індустрії у ВВП [14].

В Україні витрати домогосподарств на культуру досі недостатньо досліджені як окремий показник платоспроможного попиту, зокрема в динаміці та у порівнянні з країнами ЄС.

Мета статті. Метою статті є аналіз динаміки та структури витрат домогосподарств України на культурні товари та послуги, їх порівняння з відповідними показниками країн ЄС та визначення особливостей платоспроможного попиту як економічної передумови розвитку сектору культури та креативних індустрій у контексті повоєнного відновлення України.

Методи дослідження. У дослідженні використано комплекс загальнонаукових і статистичних методів. Методи статистичного та структурно-динамічного аналізу застосовано для оцінки динаміки й структури витрат домогосподарств України на культурні товари та послуги. Порівняльний метод використано для зіставлення відповідних показників України та країн ЄС. Методи аналізу та узагальнення застосовано для систематизації результатів дослідження та визначення особливостей платоспроможного попиту на продукцію сектору культури та креативних індустрій. Аналіз нормативних і стратегічних документів використано для визначення місця питань доступності та споживання культурних товарів і послуг у державній політиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Витрати домогосподарств на культурні товари та послуги мають значення як для розвитку культурного сектору, так і для оцінки добробуту населення. З одного боку, вони відображають приватний попит на культурну продукцію та послуги, а отже, впливають на економічну активність у цьому секторі. З іншого боку, можливість домогосподарств витрачати кошти на культуру значною мірою залежить від їхніх доходів і загального матеріального становища.

За даними Держстату, упродовж 2002–2021 рр. частка витрат на відпочинок і культуру в Україні залишалася на низькому рівні [3]. За два десятиліття найвищий показник було зафіксовано в 2006 році – 2,7%. Після цього показник майже не перевищував позначку

2%, при цьому найбільш помітні скорочення припадали на кризові періоди:

- У 2009 році, як результат міжнародної фінансової кризи, показник опустився до 1,8%;
- У 2015 – 2016 роках показник опустився до 1,5% та 1,4% відповідно, що могло бути зумовлено економічною кризою після початку війни в 2014 році;
- У 2020 році витрати на культуру та відпочинок скоротилися до 1,5% – це могло бути результатом зменшення доступності окремих культурних послуг через обмеження роботи закладів культури під час протиепідемічних заходів під час пандемії COVID-19.

Після кожного скорочення витрат на культуру і відпочинок спостерігалось їх відновлення, однак воно було нетривалим через невеликий часовий діапазон між кризовими явищами. Зокрема показник досяг 2,1% у 2013 році, напередодні початку військової агресії росії. Після скорочення 2020 року показник зміг відновитися до 1,7% у 2021 році. Подальші результати недоступні через обмеження щодо оприлюднення статистичних даних під час воєнного стану. Водночас, категорія «Відпочинок і культура» є агрегованою, що не дозволяє здійснювати більш деталізований аналіз витрат та змушує звертатися до соціологічних опитувань при аналізі поширення культурних практик [1, с. 28].

Таким чином, впродовж 2000–2021 років частка витрат домогосподарств на відпочинок і культуру залишалася відносно низькою. Періоди зростання таких витрат були нетривалими, тоді як зниження переважно припадало на кризові періоди. У Стратегії розвитку культури війна та пандемія COVID-19 також вказані серед головних потрясінь, які вплинули на українську культуру в період між 2016 та 2024 роками [13]. Це узгоджується з динамікою витрат домогосподарств на відпочинок і культуру.

Витрати на відпочинок і культуру також важливо розглядати в контексті загальної структури витрат домогосподарств. У 2021 році на продукти харчування та безалкогольні напої припадало 45,9% сукупних

витрат середнього домогосподарства. Ще 3,0% становили алкогольні напої та тютюнові вироби, 42,4% – непродовольчі товари та послуги, 8,7% – неспоживчі сукупні витрати. Таким чином, на відпочинок і культуру припадало менше однієї двадцятої витрат на непродовольчі товари та послуги. Якщо на витрати на відпочинок і культуру припадало 1,7% сукупного бюджету, то на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива становили 15,2% сукупних витрат, на одяг і взуття – 4,8%, охорону здоров'я – 4,7%, транспорт – 4,5%, зв'язок – 3,4%. Менше ніж на відпочинок та культуру припадало лише на освіту – 1% сукупних витрат [3].

Водночас загальноукраїнський показник не відображає відмінностей у структурі витрат домогосподарств між регіонами. Регіональні дані за 2021 рік свідчать, що частка витрат на відпочинок і культуру суттєво відрізнялася залежно від області [2, с. 193]. У 2021 році найвищий показник витрат був у Сумській області – 3,0% сукупних витрат домогосподарств, у м. Києві – 2,9%. Також більше 2% було у Дніпропетровській та Чернівецькій областях. Водночас найнижчі показники спостерігалися у Київській (0,8%), Житомирській (0,9%) та Тернопільській (1,0%) областях. Такі відмінності можуть свідчити про значну регіональну нерівність у доступі до культурних послуг і рівні добробуту, однак питання потребує додаткових досліджень. Високий результат м. Києва є показовим, адже столиця має вищі доходи населення та вищу концентрацію закладів культури. Водночас результати інших регіонів потребують більш глибокого аналізу даних про культурну інфраструктуру та споживчу поведінку населення.

Для оцінки рівня витрат українських домогосподарств доцільно порівняти його з відповідними показниками країн ЄС. Для міжнародного порівняння доступні результати обстеження бюджетів домогосподарств країн ЄС (Household Budget Survey, HBS), яке координується Євростатом [21]. Показники Євростату

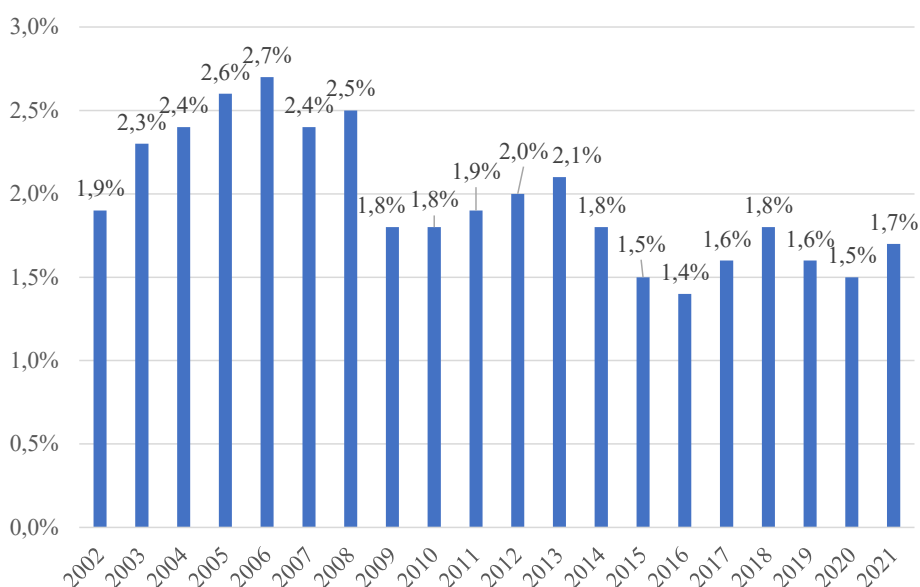


Рис. 1. Показник відношення витрат на відпочинок і культуру до сукупних витрат в середньому на одне домогосподарство (2002 – 2021 роки), %

Джерело: сформовано авторами за даними Держстату України [3]



Рис. 2. Показник відношення витрат на відпочинок і культуру до сукупних витрат в середньому на одне домогосподарство за регіонами (2021 рік), %

Джерело: сформовано авторами за результатами Держстату України [2, с. 193]

розраховані як частка у споживчих витратах домогосподарств, тому для забезпечення зіставності використано відповідний показник з даних Держстату. У 2020 році на відпочинок і культуру в Україні припадало близько 1,8% споживчих витрат домогосподарств [2, с. 57]. Для порівняння, середня частка категорії «відпочинок і культура» у споживчих витратах домогосподарств ЄС становила близько 6,7% [21]. Таким чином, європейський середній показник був майже у чотири рази вищим за український.

Значні відмінності також спостерігаються між окремими країнами ЄС. Найнижчі показники серед наведених країн становили 2,8% у Румунії та Греції, однак це все рівно майже вдвічі вище ніж в Україні. У Португалії та Литві вони дорівнювали 3,8%, Словаччині – 4,0%, Угорщині та Італії – 4,1%, Польщі – 5,1%. Водночас найвищі показники в Данії – 9,7%, Німеччині – 10,8% та Австрії – 13,4% [21]. Таки результати можуть узгоджуватися з припущенням, що країни з вищими доходами можуть мати вищий рівень витрат на відпочинок та культуру, однак вивчення цього взаємозв'язку може бути перспективним напрямком для подальших досліджень.

Під час воєнного стану, коли офіційна статистика є обмеженою, важливим джерелом інформації про купівельну спроможність та споживчу поведінку населення є соціологічні опитування та дослідження поведінки споживачів. Наприклад, доступні результати опитувань підтверджують, що фінансові можливості впливають на споживання культурних послуг. Згідно з

результатами дослідження Research.ua, 54% опитаних вказали, що частіше б відвідували культурні заходи / події, якби було більше грошей [6].

Актуальні дослідження споживчої поведінки також вказують на суттєві фінансові обмеження для витрат на дозвілля та культуру. За результатами дослідження Deloitte Ukraine «Споживацькі настрої українців у 2025 році», на товари та послуги першої необхідності припадало 84% місячного бюджету респондентів, тоді як на дозвілля – лише 1%. Для порівняння, відповідний показник становив 17% для Німеччини та 16% для Нідерландів. Водночас у бажаній структурі витрат частка дозвілля була б істотно вищою – 12% [17]. Це свідчить про значний розрив між фактичною та бажаними витратами споживачів на дозвілля. Водночас у 2024 році витрати на дозвілля становили 3% поточного бюджету споживачів, що теж є низьким показником [16].

Отримані результати однозначно свідчать, що фінансові можливості домогосподарств є важливим чинником споживання культурних товарів та послуг. Тому важливо звернути увагу на місце такі витрат в соціальних стандартах. Згідно зі Законом України «Про прожитковий мінімум», прожитковий мінімум враховує не лише вартість продуктів харчування та непродовольчих товарів, а й мінімальний набір послуг для задоволення основних соціальних і культурних потреб [12]. Методологія підрахунку прожиткового мінімуму, затверджена Кабінетом Міністрів України, у вартість послуг закладів культури включає [10]:

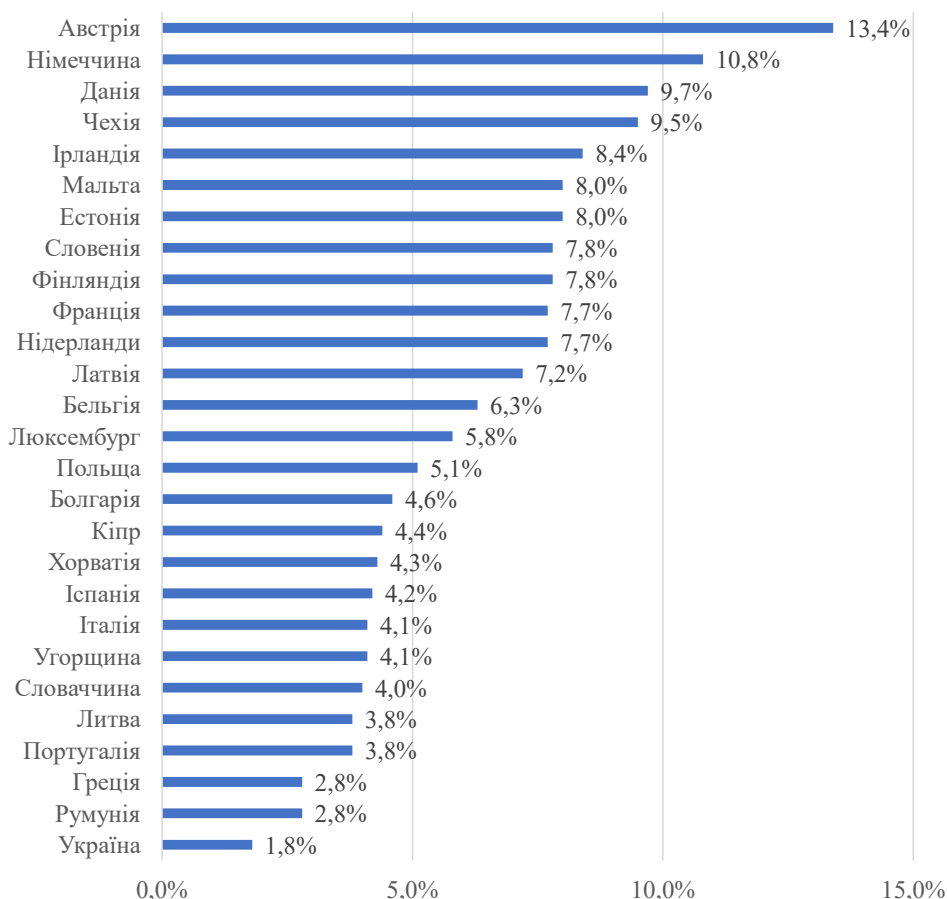


Рис. 3. Частка витрат на культуру та відпочинок в споживчих витратах країн ЄС та України у 2020 році, %

Джерело: сформовано авторами на основі [2, с. 57; 21]

- вартість відвідування закладів культури – середня вартість відвідування закладів культури помножена на кількість (6 відвідувань) і розділена на 12 місяців;

- придбання книг – середня вартість книг помножена на середню кількість (6 штук на одну особу) і розділена на 12 місяців.

Такий підхід свідчить, що витрати на культуру враховуються у соціальних стандартах досить обмежено. Розрахункові суми є незначними та не відповідають ринковим цінам на культурні товари та послуги. Державний бюджет на 2026 рік визначає прожитковий мінімум на одну особу на рівні 3209 грн [9]. Водночас, згідно з даними Мінсоцполітики, у червні 2026 року фактичний прожитковий мінімум становив 9456,93 грн на одну працездатну особу на місяць. При цьому вартість набору послуг культури становить лише 2,6% (249,75 грн) цієї суми [18]. Отже, навіть при оцінці фактичного прожиткового мінімуму культурні потреби займають незначне місце в структурі витрат населення.

Висновки. Витрати домогосподарств на відпочинок і культуру в Україні упродовж 2002–2021 років залишалися на відносно низькому рівні та не демонстрували стійкої тенденції до зростання. Періоди скорочення витрат переважно збігалися з економічними та суспільними кризами. Це може свідчити про чутливість культурного споживання до змін матеріального становища населення. Порівняння з країнами ЄС також демонструє, що частка витрат на відпочинок і культуру в Україні була суттєво нижчою навіть

за показники країн із найнижчими значеннями серед розглянутих. Фінансові можливості населення можуть обмежувати споживання культурних товарів і послуг, на що вказують результати соціологічних та приватних досліджень за період воєнного стану.

Важливим показником є також питома вага культурних витрат у загальній структурі споживання та соціальних стандартах. Значна частина бюджету українських домогосподарств спрямовується на товари та послуги першої необхідності (їжу та комунальні послуги), тоді як на відпочинок і культуру припадає відносно невелика частка витрат. Подібна ситуація простежується і при розрахунку прожиткового мінімуму, де витрати на задоволення культурних потреб займають незначне місце. Ця проблема потребує додаткової уваги при стратегічному плануванні, адже без вирішення проблеми попиту неможливо повністю реалізувати потенціал культури як економічного ресурсу.

Подальші дослідження витрат населення на культуру є важливими для поглиблення розуміння економічних чинників культурного споживання в Україні. Особливо актуальним є дослідження регіональних відмінностей, впливу доходів та доступності культурної пропозиції, а також змін у споживчій поведінці під час війни. Такі дослідження можуть створити інформаційну основу для врахування культурних потреб населення у соціальній та економічній політиці, а також для оцінки перспектив відновлення приватного попиту на культурні товари та послуги.

Бібліографічний список:

1. Ангел Є. Є. Економічна оцінка сектора культурної спадщини в Україні : аналітичний звіт. 2025. 71 с. URL: https://www.kuleuven.be/her-ukr/publications/heritage-economic-assessment-_yevhen-anhel_ukr.pdf
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2021 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) : статистичний збірник / за ред. А. В. Солопа. Київ : Державна служба статистики України, 2022. 433 с.
3. Державна служба статистики України. Доходи та умови життя. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/virdg.htm
4. Кізима Т. О. Витрати домогосподарств України: сутнісно-аналітичний аспект. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2009. № 2. С. 61–70. URL: <https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/107>
5. Кудінова А. В., Верба Д. В. Структура споживчих видатків домогосподарств як чинник і наслідок соціально-економічних процесів в Україні. *Статистика України*. 2016. № 2. С. 80–89.
6. Культура в Україні : всеукраїнське дослідження / Research.ua. Січень 2026. 63 с. URL: https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2026/05/zvit-socziologiya-2026_compressed.pdf
7. Ліпич Л., Мостенець С. Управління доходами та видатками домогосподарств в умовах ринку. *Економіст*. 2013. № 7. С. 47–53.
8. Лойко Д. М. Динаміка структурних зрушень споживчих сукупних витрат домогосподарств України та Чехії. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. № 4 (52). С. 31–35. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2018-52-31-35>
9. Про Державний бюджет України на 2026 рік : Закон України від 03.12.2025 № 4695-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4695-20#Text>
10. Про затвердження Методики визначення прожиткового мінімуму : наказ Міністерства соціальної політики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України від 03.02.2017 № 178/147/31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0281-17#Text>
11. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
12. Про прожитковий мінімум : Закон України від 15.07.1999 № 966-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text>
13. Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025–2027 роках : розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.03.2025 № 293-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text>
14. Проскуріна М. О. Державна політика економічного розвитку культурної індустрії : дис. ... д-ра наук з держ. упр. ; Національна академія управління. Київ, 2018.
15. Сидорова А. В., Буркіна Н. В., Фурман Т. Ю. Компаративний аналіз витрат домогосподарств Польщі та України. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 424–435. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-424-435>
16. Споживацькі настрої українців у 2024 році / Deloitte Ukraine. 2025. URL: <https://www.deloitte.com/ua/uk/about/press-room/consumer-behavior-research-2024.html>
17. Споживацькі настрої українців у 2025 році / Deloitte Ukraine. 2026. URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone2/ua/uk/docs/industries/consumer/2025/consumer-behavior-research-ukraine-2025-ua.pdf>
18. Фактичний прожитковий мінімум у червні 2026 року: дані Мінсоцполітики. *Профспілка працівників освіти і науки України*. 27 липня 2026 р. URL: <https://pon.org.ua/novyny/12953-faktychnyi-prozhytkovyi-minimum-u-chervni-2026-roku-dani-minsopolityky.html>
19. Báez Montenegro A., Moraga Cárdenas M., Colther Marino C. Cultural and leisure expenditure in Chile: A quantile regression analysis of socioeconomic and regional disparities using household budget survey microdata. *Cuadernos de Economía*. 2025. Vol. 44, № 96. P. 1331–1352. DOI: <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v44n96.118091>
20. Diniz S. C., Machado A. F. Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. *Journal of Cultural Economics*. 2011. Vol. 35, № 1. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-010-9129-8>
21. Eurostat. Household budget survey – statistics on consumption expenditure. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Household_budget_survey_-_statistics_on_consumption_expenditure
22. Gardeazabal J., Polo-Muro E. Cultural expenditure of those who enter (or exit) unemployment. *Journal of Cultural Economics*. 2022. Vol. 46, № 4. P. 571–596. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-021-09423-6>
23. Katsuura M. Lead-lag relationship between household cultural expenditures and business cycles. *Journal of Cultural Economics*. 2012. Vol. 36, № 1. P. 49–65. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-011-9155-1>
24. Seaman B. A. Empirical studies of demand for the performing arts. *Handbook of the Economics of Art and Culture* / ed. by V. A. Ginsburgh, D. Throsby. Vol. 1. Amsterdam : Elsevier, 2006. P. 415–472. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01014-3](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01014-3)
25. Throsby D. The production and consumption of the arts: A view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*. 1994. Vol. 32, № 1. P. 1–29. URL: <https://www.jstor.org/stable/2728421>
26. Towse R. Consumption of cultural goods and services. *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge : Cambridge University Press, 2010. P. 135–160. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511992131.008>
27. Yang C., Wang X. Income and cultural consumption in China: A theoretical analysis and a regional empirical evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2023. Vol. 216. P. 102–123. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.10.007>

References:

1. Anhel Ye. Ye. (2025) *Ekonomichna otsinka sektora kulturnoi spadshchyny v Ukraini: analitychnyi zvit* [Economic assessment of the cultural heritage sector in Ukraine: analytical report]. 71 p. Available at: https://www.kuleuven.be/her-ukr/publications/heritage-economic-assessment-_yevhen-anhel_ukr.pdf (in Ukrainian)
2. Solop A. V. (ed.) (2022) *Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy u 2021 rotsi (za danymy vybirkovoho obstezhennia umov zhyttia domohospodarstv Ukrainy): statystychnyi zbirnyk* [Household expenditures and resources of Ukraine in 2021 (based on the sample survey of household living conditions): statistical publication]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 433 p. (in Ukrainian)

3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. *Dokhody ta umovy zhyttia* [Income and living conditions]. Available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/virdg.htm (in Ukrainian)
4. Kizyma T. O. (2009) Vytraty domohospodarstv Ukrainy: sutnisno-analitychnyi aspekt [Household expenditures in Ukraine: substantive and analytical aspect]. *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, no. 2, pp. 61–70. Available at: <https://visnyk.wunu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/107> (in Ukrainian)
5. Kudinova A. V., Verba D. V. (2016) Struktura spozhyvchykh vydatkiv domohospodarstv yak chynnyk i naslidok sotsialno-ekonomichnykh protsesiv v Ukraini [The structure of household consumer expenditures as a factor and consequence of socio-economic processes in Ukraine]. *Statystyka Ukrainy*, no. 2, pp. 80–89. (in Ukrainian)
6. Research.ua (2026) *Kultura v Ukraini: vseukrainske doslidzhennia* [Culture in Ukraine: nationwide study]. 63 p. Available at: https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2026/05/zvit-socziologiya-2026_compressed.pdf (in Ukrainian)
7. Lypych L., Mostenets S. (2013) Upravlinnia dokhodamy ta vydatkami domohospodarstv v umovakh rynku [Management of household income and expenditures under market conditions]. *Ekonomist*, no. 7, pp. 47–53. (in Ukrainian)
8. Loiko D. M. (2018) Dynamika strukturnykh zrushen spozhyvchykh sukupnykh vytrat domohospodarstv Ukrainy ta Chekhii [Dynamics of structural shifts in aggregate consumer expenditures of households in Ukraine and the Czech Republic]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, vol. 4(52), pp. 31–35. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2018-52-31-35> (in Ukrainian)
9. Verkhovna Rada Ukrainy (2025) *Pro Derzhavnyi biudzheth Ukrainy na 2026 rik: Zakon Ukrainy vid 03.12.2025 № 4695-IX* [On the State Budget of Ukraine for 2026: Law of Ukraine dated December 3, 2025 No. 4695-IX]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4695-20#Text> (in Ukrainian)
10. Ministerstvo sotsialnoi polityky Ukrainy, Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) *Pro zatverdzhennia Metodyky vyznachennia prozhytkovoho minimumu: nakaz vid 03.02.2017 № 178/147/31* [On approval of the Methodology for determining the subsistence minimum: Order dated February 3, 2017 No. 178/147/31]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0281-17#Text> (in Ukrainian)
11. Verkhovna Rada Ukrainy (2010) *Pro kulturu: Zakon Ukrainy vid 14.12.2010 № 2778-VI* [On Culture: Law of Ukraine dated December 14, 2010 No. 2778-VI]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (in Ukrainian)
12. Verkhovna Rada Ukrainy (1999) *Pro prozhytkovyi minimum: Zakon Ukrainy vid 15.07.1999 № 966-XIV* [On the Subsistence Minimum: Law of Ukraine dated July 15, 1999 No. 966-XIV]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text> (in Ukrainian)
13. Kabinet Ministriv Ukrainy (2025) *Pro skhvalennia Stratehii rozvytku kultury v Ukraini na period do 2030 roku ta zatverdzhennia operatsiinoho planu zakhodiv z yii realizatsii u 2025–2027 rokakh: rozporiadzhennia vid 28.03.2025 № 293-r* [On approval of the Strategy for the Development of Culture in Ukraine until 2030 and approval of the operational action plan for its implementation in 2025–2027: Order dated March 28, 2025 No. 293-r]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (in Ukrainian)
14. Proskurina M. O. (2018) *Derzhavna polityka ekonomichnoho rozvytku kulturnoi industrii* [State policy for the economic development of the cultural industry]: dys. ... d-ra nauk z derzh. upr. Kyiv: Natsionalna akademiia upravlinnia. (in Ukrainian)
15. Sydorova A. V., Burkina N. V., Furman T. Yu. (2020) Komparatyvnyi analiz vytrat domohospodarstv Polshchi ta Ukrainy [Comparative analysis of household expenditures in Poland and Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 424–435. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-424-435> (in Ukrainian)
16. Deloitte Ukraine (2025) *Spozhyvatski nastroi ukrainsiv u 2024 rotsi* [Consumer sentiment of Ukrainians in 2024]. Available at: <https://www.deloitte.com/ua/uk/about/press-room/consumer-behavior-research-2024.html> (in Ukrainian)
17. Deloitte Ukraine (2026) *Spozhyvatski nastroi ukrainsiv u 2025 rotsi* [Consumer sentiment of Ukrainians in 2025]. Available at: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone2/ua/uk/docs/industries/consumer/2025/consumer-behavior-research-ukraine-2025-ua.pdf> (in Ukrainian)
18. Profspilka pratsivnykiv osvity i nauky Ukrainy (2026) Faktychnyi prozhytkovyi minimum u chervni 2026 roku: dani Minsotspolityky [Actual subsistence minimum in June 2026: data from the Ministry of Social Policy]. Available at: <https://pon.org.ua/novyny/12953-faktychnyi-prozhytkovyi-minimum-u-chervni-2026-roku-dani-minsocpolityky.html> (in Ukrainian)
19. Báez Montenegro A., Moraga Cárdenas M., Colther Marino C. (2025) Cultural and leisure expenditure in Chile: A quantile regression analysis of socioeconomic and regional disparities using household budget survey microdata. *Cuadernos de Economía*, vol. 44, no. 96, pp. 1331–1352. DOI: <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v44n96.118091>
20. Diniz S. C., Machado A. F. (2011) Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. *Journal of Cultural Economics*, vol. 35, no. 1, pp. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-010-9129-8>
21. Eurostat. *Household budget survey – statistics on consumption expenditure*. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Household_budget_survey_-_statistics_on_consumption_expenditure
22. Gardeazabal J., Polo-Muro E. (2022) Cultural expenditure of those who enter (or exit) unemployment. *Journal of Cultural Economics*, vol. 46, no. 4, pp. 571–596. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-021-09423-6>
23. Katsuura M. (2012) Lead-lag relationship between household cultural expenditures and business cycles. *Journal of Cultural Economics*, vol. 36, no. 1, pp. 49–65. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-011-9155-1>
24. Seaman B. A. (2006) Empirical studies of demand for the performing arts. In V. A. Ginsburgh, D. Throsby (Eds.). *Handbook of the Economics of Art and Culture*, vol. 1. Amsterdam: Elsevier, pp. 415–472. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01014-3](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01014-3)
25. Throsby D. (1994) The production and consumption of the arts: A view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*, vol. 32, no. 1, pp. 1–29. Available at: <https://www.jstor.org/stable/2728421>
26. Towse R. (2010) Consumption of cultural goods and services. In *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 135–160. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511992131.008>
27. Yang C., Wang X. (2023) Income and cultural consumption in China: A theoretical analysis and a regional empirical evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 216, pp. 102–123. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.10.007>

Дата надходження статті: 15.08.2026

Дата прийняття статті до публікації: 18.09.2026

Дата публікації статті: 30.09.2026