

УДК 339.13:336.747:330.163

JEL F31, F14, E31, D91

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2026-12-17>**Олексієвець Т.І.**

кандидат історичних наук,
доцент кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3179-6018>

Матвій І.Р.

аспірант кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3038-1727>

Шитов В.М.

аспірант кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2789-9290>

ВАЛЮТНІ КОЛИВАННЯ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ. ПОВЕДІНКОВІ РЕАКЦІЇ СПОЖИВАЧІВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Стаття присвячена комплексному дослідженню механізмів взаємодії між валютними коливаннями, ціноутворенням та поведінковими реакціями споживачів у системі міжнародної торгівлі. Актуальність дослідження зумовлена тим, що повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну у лютому 2022 року спричинило безпрецедентні валютні потрясіння, які зіткнулися з економікою відкритого типу та виявили системні вразливості у механізмах ціноутворення та споживчої поведінки. В умовах стрімкої девальвації гривні, запровадження адміністративних валютних обмежень та паралельного функціонування офіційного та ринкового обмінних курсів класичні моделі споживчого вибору виявили суттєву пояснювальну недостатність. Відповідно, актуальною залишається потреба в поведінково-економічному осмисленні спостережуваних явищ. У статті системно розглядаються теорія ефекту переносу валютного курсу на споживчі ціни, механізми формування та закореності інфляційних очікувань, роль когнітивних упереджень у сприйнятті цінових змін, а також адаптаційні стратегії суб'єктів господарювання та домогосподарств в умовах волатильного зовнішнього середовища. Особлива увага приділяється асиметричності ефекту переносу: ціни реагують на девальвацію інтенсивніше та швидше, ніж на ревальвацію, що формує стійку асиметрію у сприйнятті цінових змін споживачами. Результати дослідження свідчать, що поведінкові реакції споживачів є передбачуваними з позицій теорії перспектив Д. Канемана і А. Тверські та ефекту фреймінгу. Встановлено, що ефективне управління ціновими очікуваннями потребує інтеграції поведінкових інструментів у комунікаційну стратегію центральних банків та підприємств-учасників міжнародної торгівлі. Наукова новизна полягає у систематизації поведінкових детермінант ціносприйняття в контексті валютних коливань у відкритій економіці воєнного часу.

Ключові слова: валютні коливання, ціноутворення, поведінкові реакції споживачів, ефект переносу валютного курсу, інфляційні очікування, міжнародна торгівля, когнітивні упередження.

Постановка проблеми. Валютна нестабільність є одним із найбільш несприятливих зовнішніх чинників, що визначають динаміку цін у відкритих економіках. Слід зауважити, що попри значну кількість досліджень у сфері монетарної трансмісії та міжнародного ціноутворення, поведінковий вимір реакцій споживачів на курсові коливання тривалий час залишався поза увагою вітчизняної наукової спільноти. Україна протягом останніх чотирьох років перебуває в умовах воєнного стану. Відповідно, наша держава переживає умови одночасної дії курсового шоку, адміністративного регулювання валютного ринку та глибокої соціально-психологічної невизначеності. На нашу думку, в таких умовах класичні моделі раціональної споживчої поведінки

виявили значну обмеженість. Виникла практична потреба у синтезі інструментарію монетарної економіки, теорії міжнародної торгівлі та поведінкової економіки для адекватного опису і прогнозування реакцій споживачів на цінові зміни, спричинені валютними коливаннями. Саме цей синтез визначає наукову та прикладну цінність дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика взаємодії між валютними коливаннями, ціноутворенням та поведінкою споживачів перебуває на перетині монетарної економіки, міжнародної торгівлі та поведінкової економіки, що зумовлює широкий спектр підходів до її дослідження. А. Груй, Н. Арагон О. Фарина, Д. Круковець, К. Савольчук, О. Сулименко, А. Вдовиченко та О. Жолудь в межах



власного дослідження здійснили найповніший сучасний аналіз ефекту переносу валютного курсу на споживчі ціни в Україні та встановили, що медіанний показник цього ефекту становить близько 0,6. Дослідники встановили, що перенесення є нелінійним та асиметричним залежно від масштабу девальвації [1].

Т. Юхименко, спираючись на методи машинного навчання та обробку природної мови, зазначає, що медіасередовище відіграє самостійну роль у формуванні інфляційних очікувань різних груп економічних агентів, підсилюючи або пом'якшуючи вплив курсових шоків [2]. Цікавим для аналізу є і праця Б. Чепиго розробив порогову векторну авторегресійну модель, яка дозволила ідентифікувати граничний рівень волатильності реального ефективного обмінного курсу, вище якого курсові коливання починають завдавати шкоди реальній економічній активності [3]. Д. Калініченко та І. Біла, досліджуючи інструменти поведінкової економіки для впливу на інфляційні очікування, виділили три чітких фази формування споживчих настроїв у 2022–2025 роках та обґрунтували значущість стратегічних комунікацій як інструменту управління очікуваннями [4]. Н. Косар, М. Мамчин та А. Баран емпірично зафіксували зміну споживчої поведінки в умовах економічної нестабільності, зокрема зменшення попиту на предмети розкоші, посилення потреб у здоров'ї та безпеці, а також зростання онлайн-закупівель [5]. Однак, попри значний обсяг досліджень за окремими аспектами, комплексний аналіз поведінкових реакцій споживачів на валютні коливання через розуміння ціноутворення у міжнародній торгівлі залишається недостатньо вивченим у вітчизняній науці, що й зумовлює актуальність цього дослідження.

Метою статті є систематизувати механізми впливу валютних коливань на ціноутворення в міжнародній торгівлі та визначити поведінкові детермінанти реакцій споживачів на цінові зміни, зумовлені курсовою нестабільністю, з урахуванням специфіки відкритої економіки воєнного часу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Механізм передачі валютних коливань у ціни є одним із центральних об'єктів дослідження у теорії міжнародної торгівлі. Ефект переносу валютного курсу (exchange rate pass-through, ERPT) можна визначити як ступінь, у якому зміни номінального обмінного курсу відображаються у змінах цін імпортованих товарів, а через них у загальному рівні споживчих цін. Відповідно, на практиці повний ефект переносу (ERPT = 1) означає, що девальвація валюти на 10 % призводить до зростання цін імпортованих товарів рівно на 10 %, однак у випадку, якщо спостерігається

частковий перенос (ERPT менше 1), то можна стверджувати, що іноземні постачальники частково поглинають курсові зміни за рахунок власної маржі. На думку колективу вітчизняних авторів під керівництвом А. Греля, у випадку України медіанний ERPT становить близько 0,6 (за медіанною оцінкою у специфікаціях із сезонно скоригованими рядами), що вказує на суттєвий, але неповний ефект переносу [1]. Відповідно, кожна гривня девальвації переводиться у зростання споживчих цін лише частково, однак згадана частка є значною у контексті країни з відносно відкритою економікою та суттєвою часткою імпорту у структурі споживання.

Принципово важливою характеристикою ERPT є його асиметричність та нелінійність. Асиметрія проявляється у тому, що ціни реагують на девальвацію значно інтенсивніше та швидше, ніж на ревальвацію. Її можна пояснити низкою механізмів. Підприємства схильні оперативно підвищувати ціни при зростанні валютних витрат, але суттєво повільніше їх знижують при зворотному русі курсу через побоювання знову зіткнутися з подорожчанням. До того ж, вартість меню (menu costs) та конкурентні міркування ускладнюють симетричне коригування цін у бік зниження. Нелінійність, своєю чергою, означає, що великі курсові шоки мають пропорційно більший вплив на ціни, ніж малі коливання, згадана закономірність підтверджена, зокрема, Б. Чепигою, який ідентифікував пороговий рівень волатильності реального ефективного обмінного курсу у розмірі 1,8 %, перевищення якого означає якісно інший режим впливу на економічну активність [3].

Слід зауважити, що з точки зору поведінкової економіки асиметричність ERPT знаходить своє пояснення через теорію перспектив Д. Канемана та А. Тверські, яка передбачає, що суб'єкти сприймають втрати (подорожчання товару) значно болісніше, ніж рівнозначні за величиною здобутки (здешевлення). Коефіцієнт несиметрії у такому випадку становить приблизно 2 до 1. На практиці це означає, що споживач, який зіткнувся з підвищенням ціни товару на 20 грн внаслідок девальвації, відчуває психологічний дискомфорт у двічі більший, ніж задоволення від такого самого за абсолютною величиною здешевлення. Доречним вважаємо звернутись до позиції Т. В. Черничко, Н. С. Ліби та О. М. Ліби, які наголошують, що інтеграція поведінкових і технологічних факторів суттєво підвищує ефективність ціноутворення. До того ж ігнорування когнітивних особливостей сприйняття цін призводить до систематичних помилок у ціновій стратегії підприємств [6]. Додатково ускладнюється ситуація внаслідок ефекту фреймінгу. Одні й ті самі цінові зміни,

представлені споживачу у різному контексті (подорожчання через знецінення національної валюти, зростання глобальних цін на сировину, підвищення виробничих витрат), викликають різні поведінкові реакції та різний ступінь готовності платити.

Окремим важливим механізмом є формування інфляційних очікувань. Д. Калініченко та І. Біла виокремили три фази динаміки споживчих очікувань у 2022–2025 роках щодо індексу споживчих цін (далі – ІСЦ):

- перший період (24.02.2022 – IV кв. 2022), у межах якого очікування домогосподарств були відносно оптимістичними, оскільки виявилися нижчими за фактичний ІСЦ за підсумками 2022 року;

- другий період (початок 2023 – III кв. 2024), для якого характерні відносно песимістичні очікування, зокрема з боку фінансових аналітиків, тоді як сповільнення інфляції автори трактують як позитивний сюрприз;

- третій період (III кв. 2024 – дотепер), у межах якого фактичний ІСЦ знову перевищує інфляційні очікування, що інтерпретується авторами як загальний оптимістичний тренд, причому домогосподарства і банки залишаються більш оптимістичними порівняно з іншими групами [4].

Слід зауважити, що остання фаза є особливо показовою з поведінкової точки зору, адже навіть після номінальної стабілізації курсу гривні споживачі продовжують закладати підвищені цінові очікування у свої рішення, формуючи тим самим інфляційну динаміку. Т. Юхименко слушно звертає увагу на суттєвий вплив медіа-середовища на диференціацію очікувань між різними групами економічних агентів. Інформаційний контекст новинного середовища виступає самостійним чинником формування очікувань. Відповідно, зростає практична потреба у продуманій комунікації монетарної політики [2].

Погоджуємось також з позицією М. Шицко, А. Рутковської та О. Мотузки, які провели системне емпіричне дослідження властивостей інфляційних очікувань українських економічних агентів під час повномасштабної війни з використанням ентропійних мір та динамічної часової деформації (DTW). У межах дослідження науковиці встановили, що під час війни збільшується взаємна інформація між поточними очікуваннями та минулою інфляцією, тобто очікування стають більш адаптивними й менш закореними [7]. На нашу думку, згадані результати дають підстави стверджувати, що більш адаптивні очікування означають, що цінові рішення підприємств більш жорстко прив'язані до минулих курсових і цінових даних, а не до очікуваного майбутнього. Таким чином підприємствам

доцільно зменшувати горизонт цінового планування та підвищити частоту переглядів власних прайс-листів.

Доволі вдалим й показовим прикладом слугує конкретний часовий розріз подій, що відбулися в Україні. Станом на 24 лютого 2022 року офіційний курс гривні становив 29,25 грн за долар США. Однак вже 21 липня 2022 року НБУ здійснив разову коригувальну девальвацію до рівня 36,57 грн за долар, тобто знецінення склало 25 % за один день. З жовтня 2023 року запроваджено режим керованого плавання, а до кінця 2024 року курс стабілізувався в діапазоні 41–42 грн за долар. Станом на дату дослідження курс долара становить 43,27 грн. Отже, сукупна девальвація за 2022–2026 роки становила близько 47,9 % відносно довоєнного рівня [8]. Також згідно з даними НБУ, індекс споживчих цін у 2022 році досяг 26,6 %, у 2023 році – знизився до 5,1 % (завдяки адміністративному регулюванню та зниженню попиту), у 2024 році – прискорився до 12 %, що узгоджується з відновленням ринкового курсоутворення та поступовою лібералізацією валютного ринку. Подібним чином у 2025 році інфляція становила 8 % [9]. Зіставлення динаміки курсу та інфляції, на нашу думку, радше узгоджується з гіпотезою часткового переносу курсу у ціни, про яку зазначали фахівці НБУ у власному дослідженні [1].

Реакція споживачів на зміни відповідала теоретичним прогнозам поведінкової економіки. Вітчизняні дослідники О. Кузьор, А. Лобанова та О. Боднар звертають увагу, що після початку повномасштабного вторгнення 86 % споживачів скоротили витрати на дозвілля та розваги, 83 % – на алкоголь, 82 % – на косметику та засоби догляду, 79 % – на одяг та взуття. Водночас зріс попит на продовольство, медикаменти та товари базового вжитку [10]. Слід зауважити, що спостереження доволі точно відповідають концепції аскетичної споживчої поведінки, що формується в умовах невизначеності. Згідно з нею споживачі з надлишковою обережністю скорочують витрати у неперіоритетних категоріях, навіть якщо їх реальний дохід зазнав менш значних втрат, ніж передбачає спостережуваний рівень скорочення витрат. явище добре описується теорією перспектив: в умовах невизначеності.

Окремої уваги заслуговує механізм формування цін на міжнародних ринках в умовах курсових коливань з боку підприємств-учасників зовнішньоекономічної діяльності. Адаптація цінової стратегії до курсових коливань передбачає декілька альтернативних підходів:

- повний ERPT, коли підприємство повністю реагує на курсові зміни у через

збільшення ціни, зберігаючи маржинальність ціною конкурентоспроможності;

- pricing to market, коли підприємство диференціює ціни за ринками залежно від цінової гнучкості місцевого попиту, поглинаючи частину курсових коливань;

- хеджування валютного ризику через фінансові інструменти.

Представники київської наукової спільноти Н. Приказюк, Д. Стельмах та І. Діденко звертають увагу, більшість українських підприємств, що здійснюють ЗЕД, не мають ефективних систем управління валютними ризиками. Відповідно, вони змушені вдаватись до ситуативних цінових коригувань замість стратегічного управління [11]. Такий дефіцит стратегічного підходу посилює цінову волатильність та ускладнює формування стабільних споживчих очікувань. Розглядаючи трансфертне ціноутворення у міжнародних групах компаній слід зазначити, що курсові коливання породжують специфічні проблеми. На думку С. Матковського та Н. Струк, воєнний стан фундаментально ускладнив процедуру обґрунтування контрольованих операцій відповідно до принципу витягнутої руки, оскільки зовнішніх зіставних даних для українських ринкових умов стало значно менше, а самі ці умови стали несумісними з довоєнними [12]. Відтак підприємства з іноземними засновниками опинились у ситуації, коли ринкова ціна їх операцій об'єктивно змінилась внаслідок курсових коливань, проте доведення цього факту перед податковими органами залишається складним. У межах дослідження автором здійснено узагальнення основних поведінкових реакцій споживачів на курсово-цінові зміни у міжнародній торгівлі та їх теоретичне пояснення (див. Таблиця 1).

Принциповою для практики є й диференціація реакцій залежно від рівня фінансової грамотності. А. Цапін та О. Фарина у власній праці зазначають, що фінансово грамотніші

домогосподарства демонструють нижчу невідзначеність щодо однорічної інфляції та загалом точніше сприйняття інфляційних процесів [13]. Відповідно, можна стверджувати, що підприємства-учасники міжнародної торгівлі, орієнтовані на більш фінансово грамотні споживчі сегменти, мають більшу свободу у ціновому маневруванні при курсових коливаннях. У той же час, масовий ринок демонструє різкі і непередбачувані стрибки попиту, ускладнюючи прогнозування збуту. Відтак сегментація за рівнем фінансової грамотності слугує ще одним практично значущим інструментом для побудови цінової стратегії в умовах нестабільного валютного середовища.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, можна зробити кілька ключових висновків. Ефект переносу валютного курсу на споживчі ціни в Україні є частковим. Медіанне значення ERPT становить близько 0,6, тобто девальвація гривні лише частково відображається у зростанні цін. При цьому асиметрія є очевидною. Подорожчання товарів відбувається значно швидше, ніж їх здешевлення при зворотному русі курсу. Поведінкові реакції споживачів є закономірними і добре пояснюються теорією перспектив Д. Канемана та А. Тверські. Превентивні закупівлі, різке скорочення дискреційних витрат і збереження підвищених цінових очікувань навіть після стабілізації курсу визначено як стійкі закономірності для України у 2022–2025 роках. Інфляційні очікування діють як самостійний чинник ціноутворення, а не лише як похідна від поточних курсових змін. Чим менш усталеними є очікування, тим більш непередбачуваною стає цінова динаміка. Для підприємств-учасників міжнародної торгівлі відповідно, актуальним питанням залишається потреба у скороченні горизонту цінового планування та врахуванні фінансової грамотності цільових споживчих сегментів як самостійного чинника цінової стратегії.

Таблиця 1

Поведінкові реакції споживачів на валютні коливання та зростання цін у міжнародній торгівлі

Спостережувана реакція	Теоретичний механізм	Прояв в Україні
Асиметричне сприйняття цінових змін	Теорія перспектив, неприйняття збитків	Ціни на імпорт зростали швидше девальвації, відновлення не фіксувалось
Превентивні закупівлі при курсовій нестабільності	Евристика доступності, надмірна вага ймовірності втрат	Панічні закупівлі продовольства та готівкової валюти у лютому 2022
Збереження підвищених очікувань після стабілізації	Ефект якоря, адаптивні очікування	Інфляційні очікування залишались вищими від таргету у 2023–2024
Скорочення дискреційних витрат	Аскетична модель поведінки, невизначеність	79–86 % споживачів скоротили непродовольчі витрати
Переорієнтація на вітчизняні замінники	Ефект ціни країни походження, споживчий патріотизм	Зростання частки вітчизняних товарів у категоріях одяг, продовольство

Джерело: складено самостійно автором на основі [1; 4; 5; 7]

Бібліографічний список

1. Between russian invasions: The Monetary Policy Transmission Mechanism in Ukraine in 2015–2021 / A. Grui et al. Kyiv : National Bank of Ukraine, 2023. 56 p. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/WP_2023-02_Grui_et_al.pdf
2. Yukhymenko T. The Role of the Media in the Inflation Expectation Formation Process. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*. 2022. No. 253. P. 4–26. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2022.253.01>
3. Chepyha B. The Impact of REER Volatility on Economic Activity in Ukraine. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2025.op04>
4. Kalinichenko D., Bila I. Using behavioral economics tools to influence inflation expectations. *Scientific Papers NaUKMA. Economics*. 2025. Vol. 10, no. 1. P. 107–116. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2025.10.1.107-116>
5. Косар Н., Мамчин М., Баран А. Дослідження зміни поведінки споживачів у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-68>
6. Черничко Т. В., Ліба Н. С., Ліба О. М. Ціноутворення в умовах високої конкуренції: стратегії для бізнесу. 2024. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603972>
7. Szyszko M., Rutkowska A., Motuzka O. Inflation expectations properties during the war: The case of Ukraine. *Economics and Business Review*. 2025. Vol. 11, no. 1. P. 108–132. DOI: <https://doi.org/10.18559/ebr.2025.1.1813>
8. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?startDate=24.02.2022&endDate=23.02.2026>
9. Індекс інфляції (2000–2026). *Ставки, індекси, тарифи*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
10. Kuzior A., Lobanova A., Bondar O. Sustainable consumption and production systems during wartime: needs, challenges, and adaptation strategies. *Production Engineering Archives*. 2025. Vol. 31, no. 2. P. 212–221. DOI: <https://doi.org/10.30657/pea.2025.31.21>
11. Prykaziuk N., Stelmakh D., Didenko I. Currency risk management in the grain market: the case of Ukraine. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*. 2025. No. 226. P. 97–105. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2025/226-1/12>
12. Matkovsky S., Struk N. Transfer pricing under martial law: analysis and prospects for development in Ukraine. *Visnyk of the Lviv University. Series Economics*. 2024. No. 66. DOI: <https://doi.org/10.30970/ves.2024.66.0.6615>
13. Tsapin A., Faryna O. The Role of Financial Literacy in Anchoring Inflation Expectations: The Case of Ukraine. National Bank of Ukraine, 2024. URL: <https://ideas.repec.org/p/ukb/wpaper/02-2024.html>

References

1. Grui A., Aragon N., Faryna O., Krukovets D., Savolchuk K., Sulimenko O., Vdovychenko A., Zholud O. (2023) Between Russian Invasions: The Monetary Policy Transmission Mechanism in Ukraine in 2015–2021. Kyiv: National Bank of Ukraine. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/WP_2023-02_Grui_et_al.pdf
2. Yukhymenko T. (2022) The Role of the Media in the Inflation Expectation Formation Process. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*, no. 253, pp. 4–26. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2022.253.01>
3. Chepyha B. (2025) The Impact of REER Volatility on Economic Activity in Ukraine. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2025.op04>
4. Kalinichenko D., Bila I. (2025) Vykorystannia instrumentiv povedinkovoi ekonomiky dlia vplyvu na inflatsiini ochikuvannia [Using behavioral economics tools to influence inflation expectations]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky – Scientific Papers NaUKMA. Economics*, vol. 10, no. 1, pp. 107–116. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2025.10.1.107-116> (in Ukrainian)
5. Kosar N., Mamchyn M., Baran A. (2022) Doslidzhennia zminy povedinky spozhyvachiv u suchasnykh umovakh [Research on changes in consumer behavior in modern conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-68> (in Ukrainian)
6. Chernychko T. V., Liba N. S., Liba O. M. (2024) Tsinoutvorennia v umovakh vysokoi konkurentsii: stratehii dlia biznesu [Pricing in conditions of high competition: strategies for business]. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603972> (in Ukrainian)
7. Szyszko M., Rutkowska A., Motuzka O. (2025) Inflation expectations properties during the war: The case of Ukraine. *Economics and Business Review*, vol. 11, no. 1, pp. 108–132. DOI: <https://doi.org/10.18559/ebr.2025.1.1813>
8. Natsionalnyi bank Ukrainy (2026) Ofitsiyni kurs hryvni shchodo inozemnykh valiut [Official exchange rate of the hryvnia against foreign currencies]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?startDate=24.02.2022&endDate=23.02.2026> (in Ukrainian)
9. Stavky, indeksy, taryfy (2026) Indeks inflatsii (2000–2026) [Inflation index (2000–2026)]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (in Ukrainian)
10. Kuzior A., Lobanova A., Bondar O. (2025) Sustainable consumption and production systems during wartime: needs, challenges, and adaptation strategies. *Production Engineering Archives*, vol. 31, no. 2, pp. 212–221. DOI: <https://doi.org/10.30657/pea.2025.31.21>

11. Prykaziuk N., Stelmakh D., Didenko I. (2025) Upravlinnia valiutnym ryzykom na rynku zerna: keis Ukrainy [Currency risk management in the grain market: the case of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika – Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, no. 226, pp. 97–105. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2025/226-1/12> (in Ukrainian)
12. Matkovsky S., Struk N. (2024) Transfertne tsinoutvorennia v umovakh voiennoho stanu: analiz i perspektyvy rozvytku v Ukraini [Transfer pricing under martial law: analysis and prospects for development in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii ekonomichna – Visnyk of the Lviv University. Series Economics*, no. 66. DOI: <https://doi.org/10.30970/ves.2024.66.0.6615> (in Ukrainian)
13. Tsapin A., Faryna O. (2024) The Role of Financial Literacy in Anchoring Inflation Expectations: The Case of Ukraine. Kyiv: National Bank of Ukraine. Available at: <https://ideas.repec.org/p/ukb/wpaper/02-2024.html>

Taras Oleksiievets

Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor of the Department of Economics
and Business Administration,
Rivne State University for the Humanities
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3179-6018>

Ivan Matviiv

Postgraduate Student of the Department of Economics
and Business Administration,
Rivne State University for the Humanities
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3038-1727>

Volodymyr Shytov

Postgraduate Student of the Department of Economics
and Business Administration,
Rivne State University for the Humanities
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2789-9290>

CURRENCY FLUCTUATIONS AND PRICING. BEHAVIORAL RESPONSES OF CONSUMERS IN INTERNATIONAL TRADE

This article is devoted to a comprehensive study of the mechanisms of interaction between currency fluctuations, pricing, and consumer behavioral responses in the international trade system. The relevance of the study is due to the fact that the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation in February 2022 caused unprecedented currency shocks, which affected the open economy and revealed systemic vulnerabilities in pricing mechanisms and consumer behavior. In the context of the rapid devaluation of the hryvnia, the introduction of administrative currency restrictions, and the parallel functioning of official and market exchange rates, classical models of consumer choice have revealed significant explanatory inadequacies. Accordingly, there remains a pressing need for a behavioral-economic understanding of the observed phenomena. The article systematically examines the theory of the effect of exchange rate pass-through to consumer prices, the mechanisms of formation and anchoring of inflation expectations, the role of cognitive biases in the perception of price changes, as well as the adaptation strategies of economic agents and households in a volatile external environment. Particular attention is paid to the asymmetry of the pass-through effect: prices react more intensely and quickly to devaluation than to revaluation, which creates a persistent asymmetry in consumers' perception of price changes. The results of the study show that consumer behavioral responses are predictable from the perspective of D. Kahneman and A. Tversky's prospect theory and the framing effect. It has been established that effective management of price expectations requires the integration of behavioral tools into the communication strategy of central banks and enterprises participating in international trade. The scientific novelty lies in the systematization of behavioral determinants of price perception in the context of currency fluctuations in an open economy during wartime.

Keywords: currency fluctuations, pricing, consumer behavioral responses, exchange rate pass-through effect, inflation expectations, international trade, cognitive biases.

Дата надходження статті: 25.12.2025

Дата прийняття статті: 23.01.2026

Дата публікації статті: 03.02.2026