

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 330.567.2

DOI 10.32342/2074-5354-2017-2-47-1

В.Ю. ПЕТРУНЯ,

кандидат економічних наук, доцент

Університету митної справи та фінансів, м. Дніпро

СПОЖИВАЦЬКА ПОВЕДІНКА ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ ЯК ОБ'ЄКТ ІНТЕРЕСУ СУСПІЛЬСТВА, ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ

Розглянуто питання щодо ступеня інтересу суспільства, державних інститутів управління та бізнес-організацій до ринкової поведінки домашніх господарств як споживачів. Виділено та проаналізовано такі аспекти поведінки індивідуальних споживачів: об'єктний, кількісний, вибору суб'єктів пропозиції та територіального вибору придбання товарів.

Ключові слова: споживач, домашнє господарство, попит, держава, суспільство.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Споживачі є великою та важливою групою суб'єктів економічних відносин. Домашні господарства в цій групі займають особливе місце. Домашні господарства-споживачі є надзвичайно важливим, можна сказати, основним сегментом ринку, для більшості підприємств як суб'єктів економічної діяльності, як суб'єктів пропозиції товарів на ринку. Підприємства вступають у конкурентну боротьбу між собою для завоювання споживачів.

У науковій економічній літературі приділяється велика увага поведінці суб'єктів попиту в ринкових відносинах контрагентів. Механізм ринкової взаємодії, і зокрема поведінки агентів попиту на товари, активно і системно досліджується, починаючи, напевно, з часів Адама Сміта й дотепер. Так, зокрема, Нобелівську премію з економіки у 2017 р. отримав американський вчений Річард Талер, який суттєву увагу приділив психологічним та іншим факторам економічної поведінки людини [1].

Цікаві наукові дослідження практично постійно ведуться у контексті співвідношення ринкового та державного регулювання. Разом з тим існує чимало питань, які потребують додаткових досліджень. Так, у системі економічних, переважно ринкових, ко-

ординат формуються відповідні відносини купівлі-продажу між підприємствами та домашніми господарствами. Ринкове середовище передбачає саморегульовний спосіб функціонування та постійного відтворення цих відносин. Вільні, самостійні рішення економічних суб'єктів щодо купівлі-продажу товарів виявляються іманентно властивими ринковим умовам регулювання, тієї сукупності свобод, яку надає ринкова економіка своїм дійовим особам. Разом з тим суспільство не може ігнорувати, залишати без уваги те, що відбувається в рамках ринкових відносин суб'єктів. Якщо розглядати дії споживачів, то важливими є питання: що купують, скільки купують, коли купують, у кого купують (українське чи іноземне), на якій території купують, як роблять споживацький вибір (за якими критеріями).

Постановка завдання. Метою статті є дослідження напрямів та масштабів інтересу суспільства, держави та бізнесу до поведінки домашніх господарств як споживачів. Окремим і важливим питанням є можливості та інструменти впливу держави та суспільства на споживацьку поведінку домашніх господарств, проте вони виходять за межі цієї статті.

Результати дослідження. Зазначимо, що важливим є вибір базових мето-

дологічних підходів до дослідження поведінки споживачів – домашніх господарств. Концепція «економічної людини» (її витоки досить часто пов'язують з А. Смітом) передбачає раціональну поведінку споживачів – домашніх господарств, поведінку, що базується на бажанні та прагненні отримати економічну вигоду в процесі самоорганізації свого економічного життя. Не зменшуючи значення фактора економічної вигоди у поведінці домашніх господарств, треба все ж таки визнати, що ця концепція є достатньо вразливою для критики.

Зазначимо, що споживача не можна й недоцільно розглядати як «просто споживача». Споживач має насамперед розглядатися як людина, в широкому сенсі, в сукупності її характеристик. І для такої людини – об'єкта аналізу науковців – споживання має розглядатися як один з проявів, одна з форм її життєдіяльності. Економічна поведінка людини – це не тільки економічна мотивація, це не тільки прояви економічних детермінант, а набагато складніша та багатобарвніша система проявів різноманітних детермінант.

Сучасні дослідження економічної поведінки людини найчастіше спираються не на бачення «економічної людини»,

а на більш розширене уявлення щодо мотивів та прагнень людини, факторів, що обумовлюють її економічну діяльність.

Отже, сучасним можна назвати таке бачення поведінки людини в економічному житті, яке спирається як на економічні, так і на неекономічні детермінанти. Зазначимо, що це є важливою методологічною передумовою подальшого дослідження того, що і як може зробити суспільство, насамперед держава, в плані впливу на економічну поведінку людини як споживача.

Таким чином індивідуальними споживачами (домашніми господарствами) щодня приймаються споживацькі рішення. Чи має турбувати суспільство, які саме рішення приймаються домашніми господарствами, в який час приймаються вони тощо? Чи має суспільство контролювати відповідність сукупності індивідуальних рішень суспільним інтересам та пріоритетам? Відповіді на ці питання є **важливими для** (рис. 1):

1. Суспільства в цілому (макрорівневий соціально-економічний зріз).

2. Інститутів суспільного управління (макрорівневий управлінсько-регулятивний зріз).

3. Управлінців підприємств (мікрорівневий зріз).

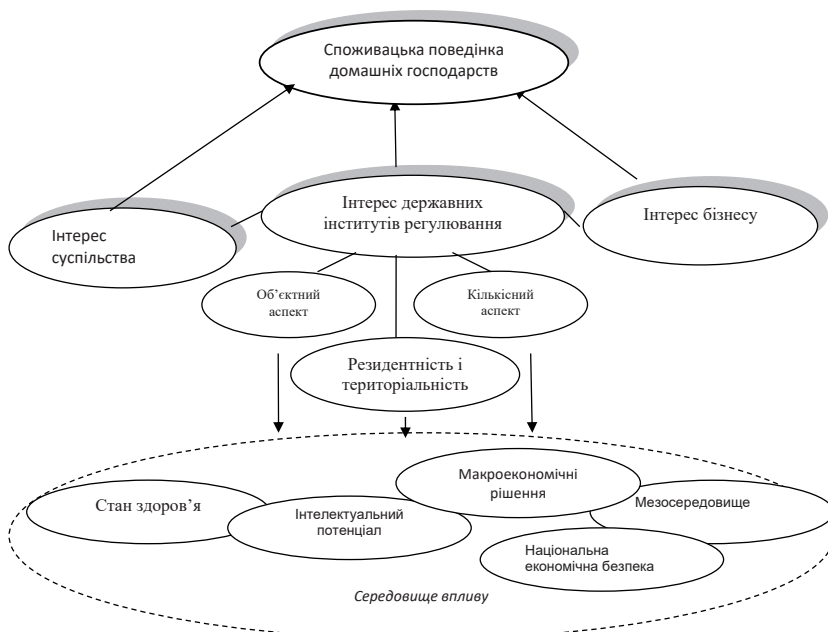


Рис. 1. Суб'єктна структура інтересів до поведінки домашніх господарств як споживачів

Макрорівневий соціально-економічний зріз. У цьому аспекті ми аналізуємо дії індивідуальних споживачів у контексті суспільних інтересів та суспільної ідеології в широкому сенсі. Економічні інтереси, економічна ідеологія виступають важливими самі по собі, але одночасно вони є складовими факторами в широкій системі суспільних інтересів, цінностей тощо. Принципи суспільної моралі, безумовно, поширюються й на економічну діяльність людей, а можливо, це стосується останньої в першу чергу.

Макроекономічний управлінський зріз. Тут у дослідженні важливо визначити ті **аспекти поведінки** індивідуальних споживачів, які мають потрапляти до сфери зацікавленості держави як інституту суспільного управління. На нашу думку, до таких треба віднести:

1. Об'єктний аспект. По-іншому – питання «що купують споживачі». Предметна структура того, що купують та в подальшому використовують домашні господарства, може мати суспільне значення, на нашу думку, насамперед у такому:

По-перше, наскільки є корисним для здоров'я те, що купують споживачі. Питання впливу стану здоров'я окремо взятої людини та населення в цілому в суспільному аспекті потрібно пов'язувати насамперед з його впливом на:

- а) «суспільне щастя»;
- б) суспільну продуктивність праці;
- в) суспільні витрати (витрати платників податків) на медицину та охорону здоров'я.

Перший аспект («суспільне щастя») здається, на перший погляд, не є достатньо економічним. Але «суспільне щастя» є відображенням того, що відбувається в країні, наскільки вона облаштована для комфортного життя. Це «облаштування» включає в себе й економічний компонент, але далеко не тільки він визначає рівень щастя людей. Авторитетні дослідження свідчать про те, що зростання ВВП (позитивна макроекономічна динаміка) не означає автоматичного зростання рівня щастя людей в певній країні (наприклад, [3]). Напевно, дійсно, мета людей – не

багатство (щонайменше не стільки багатство), скільки щастя, відчуття задоволеності. Без певного стану здоров'я цього важко досягти.

Наразі існують різні варіанти розрахунку показників рівня щастя. Так, для розрахунків Міжнародного індексу щастя (Happy Planet Index, HPI), що здійснюються з 2006 р. Британським дослідницьким центром New Economic Foundation, використовуються такі компоненти, як: суб'єктивна задоволеність життям; очікувана тривалість здорового життя; екологічна складова [2]. На нашу думку, є достатньо очевидним вплив фактора здоров'я на тривалість життя і, таким чином, на рівень щастя. За розрахунками 2016 р., першу позицію займає Коста-Ріка (44,7 балів), Україна посідає 70-те місце зі 140 країн, що були включені до дослідження (26,4). Показники України за окремими складовими HPI такі: суб'єктивна задоволеність – 5,0 з 10 балів (82-те місце), очікувана тривалість життя – 70,3 років (85-те місце), екологічна ситуація – 76-те місце.

Інститут Землі під егідою підрозділу ООН з пошуку рішень сталого розвитку з 2012 р. розробляє Рейтинг країн світу за рівнем щастя (World Happiness Report, WHR), який включає шість складових [3]. У тому числі в цьому рейтингу є економічний компонент у вигляді ВВП на душу населення, його можна розглядати як фактор доходу. Але крім нього, враховується очікувана тривалість життя, рівень соціальної підтримки, свобода людей у прийнятті рішень та деякі інші. За відповідною доповіддю 2017 р. перше місце посіла Норвегія з показником 7,537, Україна – 132-ге місце з показником 4,096 (всього в доповіді представлено 155 країн) [3].

Другий аспект впливу стану здоров'я – суспільна продуктивність праці. Ця детермінантна лінія передбачає те, що стан здоров'я нації визначає поточну суспільну здатність виконувати:

- а) певний обсяг роботи;
- б) підтримувати певний рівень інтенсивності трудової діяльності.

Щодо першої позиції, то тут потрібно звернути увагу на питання кількості

працездатного населення в допенсійному віці та кількості населення, що продовжує працювати після виходу на пенсію. Сумарно ці дві категорії населення створюють кількісний трудовий потенціал країни. Не важко передбачити, що його конкретні параметри залежать, у тому числі, від стану здоров'я нації. Треба взяти до уваги, що стан здоров'я населення залежить далеко не тільки від того, що купують та споживають люди. Тут мають вплив і фактори освіти, культури, способу життя, безпеки праці, можливостей системи охорони здоров'я тощо.

Ми маємо передбачити, що значна частина недостатньо або зовсім неякісних товарів, насамперед продовольчих, купуються з причин низької платоспроможності домашніх господарств. У цьому випадку держава може впливати на проблему через технічну стандартизацію тієї продукції, що пропонується на ринку, або намагатися щось зробити у питанні рівня доходів найменш забезпечених верств населення. Перший шлях може бути не пов'язаним із додатковими витратами, тут більше потрібно організаційно-управлінських зусиль. Що стосується другого шляху, то тут без збільшення витрат практично неможливо обійтися. Зокрема збільшення пенсій у найнижчій групі пенсіонерів, підвищення офіційного рівня мінімальної заробітної плати, проведення певних змін у системі оподаткування індивідуальних доходів.

Друга частина питання предметної якості споживання може бути не пов'язаною з питаннями фінансового характеру, а саме з доходами, оптимізацією витрат тощо. Нефінансовий аспект зводиться до аналізу проблеми свідомого чи підсвідомого вибору споживачами тих товарів, які здатні заподіяти шкоду здоров'ю. Це, зокрема, такі товари, як тютюнові вироби, алкогольні напої, послуги окремих розважальних закладів тощо.

Третій аспект – витрати із суспільних фондів (бюджетні витрати, що формуються за рахунок платників податків) на медицину та охорону здоров'я. Здається, цей аспект є найбільш очевидним щодо

з'ясування напрямів інтересу суспільства та держави до споживацької поведінки домашніх господарств. Суспільство в особі держави буде завжди дбати про здоров'я своїх громадян. Але будь-яке цивілізоване суспільство не може бути не зацікавленим у вирішенні питання оптимізації цих достатньо великих витрат.

По-друге, питання корисності відповідних індивідуальних рішень щодо придбання певних товарів (та подальшого їх споживання) для формування та розвитку інтелектуального потенціалу людини, її світогляду, усвідомлення певних норм етики та моралі тощо. Суспільне життя потребує наявності певних правил в індивідуальному житті. Суспільство забезпечує певну систему свобод для окремих людей, але одночасно воно й створює певні обмеження та намагається формувати правильні, суспільно корисні стандарти індивідуальної поведінки людей, у тому числі у сфері споживання. І ринкові механізми впливу та координації виявляються в цьому плані далеко не переконливими засобами забезпечення відповідних цілей.

2. Кількісний аспект. У цьому випадку ми аналізуємо питання «скільки купують споживачі». Ця дослідницька проблема, *по-перше*, певною мірою перегукується з «об'єктним аспектом». Обсяги купівлі та, відповідно, споживання домашніми господарствами певних товарів та послуг, безумовно, впливають на характеристики стану здоров'я, можливості інтелектуального та духовного розвитку людей тощо.

По-друге, це питання є важливим у контексті тієї чи іншої макроекономічної політики держави. В економічній літературі макроекономічного спрямування практично завжди приділяється увага проблемі циклічності макроекономічної динаміки та відповідним характеристикам та особливостям проходження макроекономічною системою тієї чи іншої стадії економічного циклу. Залежно від результатів економічного аналізу та нормативного бачення відповідної ситуації науковцями та управлінцями приймаються рішення, що спрямовані або на стиму-

лювання, або на стримування економічної динаміки. Ці рішення базуються на врахуванні факторів динаміки ВВП, стану зайнятості (безробіття), рівня інфляції, «політичної доцільності» тощо. Політика стимулювання буде спрямована на збільшення сукупного попиту, тобто в контексті цього дослідження вона буде виражати зацікавленість держави в підвищенні кількісних обсягів придбання товарів та послуг домашніми господарствами. Політика стримування, що застосовується, як правило, в період загрози підвищення рівня інфляції, буде виражати зацікавленість держави до зменшення кількісних обсягів придбання товарів домашніми господарствами на певному етапі суспільно-економічного розвитку. Отже, цей аспект суспільної зацікавленості до питання кількісних характеристик придбання товарів домашніми господарствами пов'язаний з макроекономічним регулюванням та відповідною соціально-економічною політикою держави. Зрозуміло, що це відповідним чином коригує як маркетингове, так і бізнес-середовище в цілому.

По-третє, є й певні прояви цієї проблеми на мезорівні (галузевому, конкретно-ринковому рівні). Насамперед це аспект кількісної доцільності придбання товарів домашніми господарствами з точки зору стану збалансованості на певному галузевому ринку (ринковий дефіцит чи профіцит у вигляді зайвої пропозиції). Напевно тільки ринкових інструментів впливу на зайвий попит чи недостатній попит у певному галузевому (ринковому) секторі досить часто не вистачає для найкращого досягнення збалансованості на певному ринку.

По-четверте, питання національної безпеки. У товарній структурі пропозиції та споживання завжди можна виділити стратегічно важливі для економіки матеріальні ресурси (найбільш істотні – газ, нафта). Вони є кількісно обмеженими у пропозиції, тому еластичність їх пропозиції є в цілому невисокою. Проблема для економіки загострюється при відсутності у країні відповідних запасів цих ресурсів або за їх незначної кількості, що

лімітує можливості маневрування національних суб'єктів управління залежно від тієї чи іншої ринкової кон'юнктури для певної групи товарів. Така ситуація створює постійний тиск у питанні безпеки національної економіки. Чим більшою є частка імпортних продуктів у загальному балансі стратегічних ресурсів країни, тим більшою є залежність, тим гострішим є питання забезпечення стабільності та національної безпеки. Тому питання споживання енергоресурсів та пов'язаних з ними комплементарних товарів, а також окремих інших товарів, не може не бути предметом уваги держави.

3. Питання вибору суб'єктів пропозиції товарів та ринкового територіального вибору придбання товарів. Вибір суб'єктів пропозиції товарів домашніми господарствами-споживачами можна поділити на дві групи рішень за ознакою статусу суб'єкта пропозиції: перша група рішень – надання переваги національним товаровиробникам, друга група рішень – надання переваги нерезидентам. Аналіз цього вибору є завжди складним питанням, тому що знаходяться аргументи як «за», так і «проти», для обох варіантів рішень. І, відповідно, тут мова йде не тільки про локальне бачення державою тих чи інших споживачьких рішень, а й про політику держави в широкому сенсі, про стратегічні пріоритети її управлінських інститутів. У цьому плані виникає сукупність проблем та питань: робочі місця, податки, бюджет, конкурентоспроможність національної економіки, стан платіжного балансу, валютні курси тощо. Але в будь-якому випадку фактом є те, що цей аспективний вибір споживачів – купувати продукцію внутрішнього виробництва чи імпортовану – є важливим об'єктом відповідного інтересу держави.

Що стосується ринкового територіального вибору споживачами – домашніми господарствами то тут, можливо, значущість питання є меншою, тому що в кінцевому рахунку обсяги придбання певних товарів за межами країни є менш масштабним. Зокрема це може стосуватися дій споживачів у межах «прикордонної

торгівлі», придбання туристичних послуг та деяких інших випадків.

Мікрорівневий зріз. Щодо рівня суб'єктів господарювання, то маркетингово-конкурентна поведінка підприємств передбачає фокусування управлінської уваги саме на споживачах. Питання дій споживачів – «що купують», «скільки купують», «у кого купують» тощо – апріорі виявляються достатньо значущими для бізнесу. Це легко пояснюється тим, що тільки споживачі здатні формувати доходи підприємств.

Управління підприємствами, бізнес-управління передбачає проведення якісного аналізу середовища їх діяльності. При цьому важливими є як статичний, так і динамічний аспекти проведення аналізу. Пріоритетного управлінського значення набуває саме динамічно-стратегічний аспект.

В аналітичній управлінській роботі на мікрорівні при дослідженні середовища діяльності звертається увага на ряд важливих факторів, але акцент робиться насамперед на поведінці споживачів. Глибина аналітичних розробок залежить, у тому числі, від здатності аналітиків побачити сукупність детермінантів ринкової поведінки споживачів, пріоритетність детермінантів та динаміку відповідних процесів. До оцінки стану середовища діяльності компаній та прогнозування змін ринкової ситуації, безумовно, треба вводити такий критерій, як можливий вплив держави на поведінку споживачів. Щоб

«поле дослідження» на бізнес-рівні було правильно визначене за масштабами, треба враховувати вплив управлінських рішень на суспільному рівні (на макрорівні) як на «економічні», так і на «неекономічні» фактори поведінки споживачів – домашніх господарств.

Висновки. Отже, рішення домашніх господарств щодо придбання товарів як кількісного, так і структурного характеру, базуються на вільних діях цих ринкових суб'єктів. Споживацькі рішення є самостійними виборами домашніх господарств. Разом з тим наявність соціуму передбачає й формування певного бачення «правильності» поведінки індивідів. Більше того – встановлення певних обмежень в індивідуальній поведінці. Це правило суспільного життя поширюється й на економічну діяльність, зокрема на індивідуальну споживацьку поведінку. І тому остання стає об'єктом інтересу суспільства, держави та бізнесу. Суспільний інтерес поширюється на кількісні, якісні та інші аспекти індивідуальних споживацьких рішень. Його обумовлює вплив цих рішень на стан здоров'я, інтелектуальний та творчий потенціал нації, світогляд, «солідарність», макроекономічний стан та національну безпеку тощо. Подальший розвиток наукових досліджень у цьому напрямі міг би передбачати оцінку можливостей впливу держави на поведінку споживачів – домашніх господарств.

Список використаних джерел

1. Талер Р. Новая поведенческая экономика / Р. Талер. – М.: Эксмо, 2017. – 540 с.
2. Happy Planet Index [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.happyplanetindex.org>.
3. World Happiness Report [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.worldhappiness.report>

References

1. Taler R. Novay povedenheskay ekonomika. Moscow: Eksmo, 2017. – 540 p.
2. Oficijnij sajt “Happy Planet Index”. Available at: <http://www.happyplanetindex.org>.
3. Oficijnij sajt “World Happiness Report”. Available at: <http://www.worldhappiness.report>

Рассмотрены вопросы степени интереса общества, государственных институтов управления и бизнес-организаций к рыночному поведению домашних хозяйств как потребителей. Выделены и проанализированы следующие аспекты поведения индивидуальных потребителей: объектный, количественный, выбора субъектов предложения и территориального выбора приобретения товаров.

Ключевые слова: *потребитель, домашнее хозяйство, спрос, государство, общество.*

The covered topic touches on the measures of interest that society, government management institutions, and business organisations have with marketing behaviour of households as consumers. Aspects of individual consumer behaviour that have been distinguished and analysed: object, quantitative, the selection of supply on the subject and territorial selection of products purchase.

Key words: *consumer, household, demand, government, society.*

Одержано 21.09.2017.