

**Витренко А. А.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ИЗМЕРЕНИЮ ПРОДУКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ

### Резюме

Процессы структурной трансформации мировой экономики требуют проведения новых экономических исследований, которые смогут объяснить природу таких изменений. В статье проведен подробный анализ эволюции научных взглядов на проблему измерения производительности сферы услуг. Определены особенности методологических подходов классической и неоклассической экономических теорий, посткейнсианства и других. Рассмотрена критика основных положений теории В. Баумола, которые влияют на механизм определения производительности сферы услуг.

**Ключевые слова:** продуктивность, сфера услуг, экономическая болезнь, структурные изменения, измерение.

**Vitrenko A. O.**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## THE REVIEW OF ECONOMIC RESEARCH IN THE FIELD OF SERVICE PRODUCTIVITY MEASURING

### Summary

The processes of global economy structural transformation require new economic researches that will explain the nature of those changes. The paper conducted a thorough analysis of the evolution of scientific research in the field of measuring the services productivity. The features of methodological views of classical and neoclassical economic theories, post Keynesianism and others. Considered the main criticism of the William Baumol theory that affect the mechanism for determining the services productivity.

**Key words:** productivity, services sphere, economic disease, structural changes, measuring.

---

УДК 330.13

**Катаранчук Г. Г.**

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

## СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА ТА ДОБРОБУТ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ

У статті досліджено взаємозв'язок та взаємний вплив доходів домогосподарств, їх добробуту та споживчої поведінки в сучасних умовах в Україні. Охарактеризовано показники динаміки розміру та структури сукупних ресурсів домогосподарств. Визначено особливості споживчої поведінки домогосподарств із різними за розміром доходами. Виявлено можливості зростання добробуту споживачів під впливом зростання доходів та зміни моделей споживчої поведінки.

**Ключові слова:** добробут домашніх господарств, споживча поведінка, динаміка реальних доходів, індекси цін, тенденції у споживанні.

**Постановка проблеми.** Споживча поведінка домогосподарств найбільше залежить від рівня доходів і цін. Доходи домогосподарства формуються як факторні – отримані пропорціонально вкладу/продажу ресурсів домогосподарства у виробництво товарів та послуг. Окрім того, доходи можуть бути тінювими. Значну частину доходів домогосподарства отримують у вигляді трансфертних платежів. Розмір доходу є головним під час визначення добробуту домогосподарств. Доходи визначають не просто багатство чи бідність, вони детермінують можливості задоволення різноманітних потреб домогосподарств, їх бажання інвестувати, займатися підприємницькою діяльністю, вкладати кошти в культурний розвиток, в освіту, розширювати можливості для примноження інтелектуального і людського капіталу. Зростання доходів – це умова зростання добробуту.

Разом із тим має значення, як використовуються доходи. Відповідь на це питання визначається тими принципами, як лежать в основі споживчої поведінки. Чинники, що їх визначають, поділять на: ті, що характеризують конкретне

домогосподарство та його споживчу поведінку, й ті, що визначають специфіку суспільних відносин та умови функціонування домогосподарства як суб'єкта ринкових відносин: економічні, культурно-етичні; політико-правові; соціальні чинники. У взаємодії ці чинники формують умови, за яких домогосподарства приймають економічні рішення, прагнучи підвищити свій добробут.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У дослідженні поведінки домогосподарств як мікроекономічних суб'єктів визначна роль належить представникам маржиналізму (Г. Госсену, К. Менгеру, В. Джевонсу). На макрорівні їх поведінку у сферах споживання, заощадження та інвестування досліджували Дж. Кейнс, І. Фішер, Ф. Модільяні, М. Фрідман та інші вчені. Представники нової економічної школи (Г. Бекер, Дж. Мінсер, К. Ланкастер, Т. Шульц) та трансакційного підходу (Р. Полак, Е. Гіденс) значну увагу приділили виробничим функціям та характеристичі внутрішньої структури домогосподарств. Представники інституційного напрямку (Т. Веблен, У. Мітчел, А. Тверські, Дж. Комонс,

Д. Норт, У. Гамільтон, Дж. Ходжсон, Дж. Тойнбі) зосередили увагу на дослідженні ролі соціальних норм, суспільних цінностей, господарського менталітету у поведінці домогосподарств. Основоположником поведінкової економіки вважається Д. Канеман, лауреат Нобелівської премії 2002 р. за «включення даних психологічних досліджень в економічну науку, особливо тих, що стосуються суджень людини і прийняття рішення в ситуації невизначеності», який довів, що найчастіше вчинки людей йдуть урозріз прогнозам економічної теорії. Його ідеї схожі з думками також лауреатів Нобелівської премії М. Алле і Г. Саймона.

В Україні теоретичним та прикладним аспектам функціонування домогосподарств приділяють значну увагу такі вчені: Л. Батюк, В. Геєць, З. Галушка, Н. Деєва, Н. Дучинська, О. Зухба, В. Кириленко, А. Кудинова, О. Кузик, Е. Лібанова, М. Литвак, Є. Майовець, Ю. Станкевич, С. Тютюнникова, Н. Холод та ін. Разом із тим поведінкові аспекти функціонування домогосподарств розкриваються недостатньо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Необхідність дослідження споживчої поведінки та її ролі і значення для підвищення добробуту домогосподарств насамперед пов'язується з потребою у поясненні причин бідного становища значної частини домогосподарств, можливостей впливу на їх економічну поведінку для забезпечення добробуту; необхідністю розроблення принципів ефективної політики розподілу доходів, обґрунтування підходів для інституціонального регулювання; осмислення функцій, місця та ролі домогосподарств для формування стратегії поведінки домогосподарств в умовах соціально-економічної нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища.

**Мета статті** полягає у дослідженні взаємозв'язку та взаємного впливу доходів домогосподарств, їх добробуту та споживчої поведінки в сучасних умовах в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Добробут домогосподарств насамперед залежить від розміру, структури та динаміки їх реальних доходів. Специфіка поведінки домогосподарств із малими доходами окреслена мінімальними споживчими стандартами, боротьбою за підтримання

мінімального рівня життя в умовах серйозних ресурсних обмежень і суворо регламентованого вибору. Домогосподарства з більшими доходами можуть дозволити собі покращувати структуру й якість споживання, заощаджувати кошти, інвестувати їх у цінні папери, використовувати для придбання житла, автомобілів, предметів розкоші тощо.

Споживча поведінка більшості українських домогосподарств в останні роки характеризується спрямованістю на виживання. Кількісну характеристику доходів українських домогосподарств подано в табл. 1.

Як бачимо з табл. 1, близько 90% усіх доходів домогосподарства отримують у вигляді грошей, решту – як вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготівель; пільги та субсидії безготівкові на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії, палива; пільги на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо, на оплату послуг транспорту, зв'язку та ін. У структурі доходів домогосподарств оплата праці становить недостатню частку (45–51%), тоді як у соціально розвинених країнах ця частка становить 60–80%. Разом із тим доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості становили лише 4-6%, вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготівель, – 5,1%. Пенсії, стипендії, соціальні допомоги, надані готівкою, пільги та субсидії безготівкові на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії, палива, а також пільги безготівкові на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо, на оплату послуг транспорту, зв'язку становили в 2015 р. 26,9% від грошових доходів. Зростає частка грошової допомоги від родичів, інших осіб та інші грошові доходи (з 6,2% до 8,1%).

Домогосподарства з різними доходами по-різному поводять себе як споживачі: заощадження робили лише 6,2% домогосподарств; у 45,7% домогосподарств коштів було достатньо, але вони не робили заощаджень; 43,2% постійно відмовлялися у найнеобхіднішому, крім харчування; відмовлялися собі навіть у харчуванні ще

Таблиця 1

## Динаміка розміру та структури сукупних ресурсів домогосподарств України в 2010–2015 рр.

	2010	2011	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>
Сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	3481,0	3853,9	4144,5	4470,5	4563,3	5231,7
Структура сукупних ресурсів домогосподарств	відсотків					
Грошові доходи	89,1	88,9	91,0	90,8	91,2	89,4
- оплата праці	47,6	48,9	50,8	50,6	48,8	47,2
- доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості	6,1	4,6	4,1	4,1	5,2	5,5
- доходи від продажу сільськогосподарської продукції	3,4	3,1	2,8	2,8	3,2	3,4
- пенсії, стипендії, соціальні допомоги, надані готівкою	25,8	25,5	27,1	27,1	27,0	25,2
- грошова допомога від родичів, інших осіб та інші грошові доходи	6,2	6,8	6,2	6,2	7,0	8,1
Вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготівель	5,0	4,8	3,8	3,9	4,6	5,1
Пільги та субсидії безготівкові на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії, палива	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	1,3
Пільги безготівкові на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо, на оплату послуг транспорту, зв'язку	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4
Інші надходження	4,8	5,2	4,1	4,4	3,4	3,8

<sup>1</sup>Без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: складено на основі [1]

4,9% домогосподарств. Під час зростання доходів 48,1% домогосподарств готові були витратити ці додаткові доходи на лікування, 26,2% – на їжу, 37,9% – на одяг та взуття, 51,5% – на відпочинок, 39% – на житло і т. д. Серед тих, хто отримує більш високі доходи, частка витрат на відпочинок, лікування, автомобіль була б відносно більшою.

Із розміром доходів домогосподарства пов'язують самооцінку свого соціального становища. Розподіл домогосподарств за розміром середньодушового грошового доходу (грн.), який домогосподарство вважає достатнім, щоб не відчувати себе бідними, такий: майже 30% домогосподарств уважали, що цей дохід може бути в межах 2-4 тис. грн., ще 24,2% – 4-5 тис. грн. Так думали ті, у кого доходи найнижчі. Приблизно 30% домогосподарств із середньодушовими доходами, що перевищують 3 720 грн., уважали, що для цього необхідно мати дохід, що перевищує 9-10 тис. грн. Розподіл домогосподарств за розміром середньодушового грошового доходу (грн.), який за оцінкою домогосподарств відповідає майновому становищу середнього класу, такий: 21,4% уважають, що дохід має бути не менше 8-10 тис. грн., але майже 20% уважали, що він має перевищувати 22 тис. грн. 73% домогосподарств у 2015 р. відносили себе до бідних. Головними цінностями домогосподарства вважають здоров'я, сім'ю, дітей, матеріальний добробут.

Отже, приналежність домогосподарств до різних дохідних груп (матеріальне становище вище за середнє, середнє та нижче за середнє) тісно пов'язана із соціально-професійним статусом працюючого населення, масштабами власності, структурою і розміром нетрудових доходів. Це значною мірою визначає вірогідність різних типів економічної поведінки, а тому й стилів життя. Як зазначають фахівці, у разі переходу від низькодохідних груп до високодохідних зростає вагомість фактора ризикованої поведінки, особистого успіху, досягальної мотивації у сфері праці [2]. В Україні майже 30% домогосподарств (як із малими, так і з більшими доходами) вважають, що за їх добробут має нести відповідальність повністю або переважно держава, 60% – держава і вони самі; виключно вони – близько 2% домогосподарств. Більшість домогосподарств вважає, що їх матеріальний стан за 2015 р. не покращився. З погляду споживачів, 2016 р. був також несприятливим. У липні 2016 р. індекс споживчих настроїв становив 50,1, що вже на 2,6 п. нижче від червневого показника. Індекс поточного становища зменшився на 3,1 п. – до рівня 46,6. Складники цього індексу змінилися так: індекс поточного особистого матеріального становища становив 42,7, що на 1,5 п. більше, ніж у червні; індекс доцільності великих покупок зменшився, встановившись на позначці 50,5, що на 7,8 п. менше, ніж минулого місяця [3].

В Україні за період 2014–2015 рр. реальні доходи населення скоротилися більш ніж на 40%. Це найгірший показник серед усіх країн, як зазначено у звіті Global Wealth Report (2015 р.), опублікованому в жовтні швейцарським банком Credit Suisse. За даними дослідження, поряд з Україною по темпу збіднення домогосподарств розташувалися Росія, Бразилія і Колумбія. При цьому реальні доходи жителів останніх двох країн скоротилися в межах 25%. Офіційні доходи українців у разі поступаються зарплатам в інших країнах СНД. Згідно з даними Міждержавного статистичного комітету країн СНД, Україна знаходиться

аж на восьмому місці за рівнем доходів своїх громадян. За підсумками 2015 р. середня зарплата в Україні становила близько \$193. Перше місце в рейтингу зайняв Казахстан (\$565). За ним ідуть Росія (\$560), Азербайджан (\$453), Білорусь (\$413) і Вірменія (\$386), на шостому місці – Молдова із середньомісячною зарплатою в \$245, далі йде Киргизстан (\$206) [4].

За 2015 р. офіційна зарплата в Україні «просіла» в іноземній валюті на \$100 (показник 2014 р. – \$293). Незважаючи на те що офіційно заробітна плата в гривнях зростає, у доларовому еквіваленті вона постійно зменшується. Згідно з даними Держстату України, у червні 2016 р. середня заробітна плата в країні становила близько \$215 за нинішнім курсом, що порівняно з аналогічним періодом червня 2015 р. більше на 17,3%. Проте варто зазначити, що три роки тому в доларовому еквіваленті середня зарплата українців становила \$421 за курсом тих років. Мінімальна заробітна плата в 2016 р. в Україні, за даними Мінфіну, становила 1 550 грн. Динаміка індексу реальної зарплати характеризує її значне падіння починаючи з 2013 р. (рис. 1).

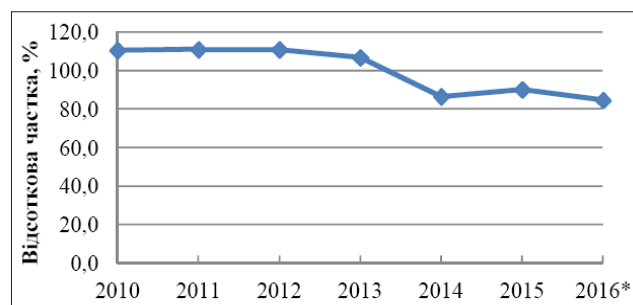


Рис. 1. Динаміка індексу реальної заробітної плати в Україні, розрахованої за 2010–2016 рр. (значення за I квартал)

Джерело: складено на основі [1]

Причини зменшення реальних доходів населення: періодичні економічні спади, девальвація гривні, зростання темпів інфляції, дефіцит державного бюджету, різке зростання цін на паливно-мастильні матеріали, підвищення тарифів за комунальні послуги тощо [5].

Рівень бідності в 2015 р. стрімко зріс. Найвні доходи суттєво зменшилися внаслідок глибокого економічного спаду, причому реальне скорочення в 2015 р. відбулося в розрізі як трудових, так і нетрудових доходів. Це призвело до підвищення рівня бідності (менше 5 доларів на день у цінах 2005 р. за паритетом купівельної спроможності) з 3,3% у 2014 р. до 5,8% у 2015 р., тоді як помірна бідність (визначена за національною методологією Світового банку для України), за оцінками, зросла з 15,2% у 2014 р. до 22,2% у 2015 р. Умови на ринку праці погіршилися: реальна заробітна плата знизилась у грудні 2015 р. на 13% порівняно з минулим роком. Негативно на незаможних верствах населення у 2015 році позначилося і масштабне підвищення цін на енергозабезпечення, хоча нова програма субсидій на оплату житлово-комунальних послуг за результатами оцінки нужденності дещо послабила його ефект [6].

За значного скорочення витрат і необхідності оплачувати житлово-комунальні витрати, які зросли за рік у 2,15 рази, населення, у міру можливостей, домогосподарства прагнуть не скорочувати передусім витрати на охорону здоров'я та продукти харчування. Але це не вдається. Реальні витрати на

охорону здоров'я скоротилися на 7,4%, а на покупні продукти харчування – на 14,7%. А по більшості не першочергових витрат по всіх домогосподарствах реальне зниження ще більше: по транспорту – на 21,6%, культурі та відпочинку – на 25,6%, поточному утриманню житла та придбанню побутової техніки – на 30,0%. Особливо відчутно по бюджетах громадян України вдарило вимушене підвищення житлово-комунальних витрат. Номінально вони зросли за рік у півтора рази – з 383 грн. на місяць на домогосподарство в 2014 р. до 576 грн. у 2015 р., або на 193 грн. на місяць. А субсидії та пільги покривають лише дуже невелику частину цих витрат: 19 грн. на місяць у 2014 р. та 69 грн. у 2015 р. І поки що, за даними обстежень, їх одержувала лише п'ята частина домогосподарств – 21,0% у 2014 р. у розмірі 90 грн. і 21,7% – у 2015 р., збільшившись до 281 грн. А по кварталах у домогосподарствах, які одержували ці субсидії та пільги, вони становили: у першому кварталі – 205 грн., другому – 140, третьому – 102, а в четвертому – уже 678 грн. на місяць.

Отже, споживча поведінка сьогоденного українського споживача обмежена мінімальними споживчими стандартами, прагненням підтримати мінімальний рівень життя в умовах посилення ресурсних обмежень. Така тенденція свідчить про поглиблення економічної кризи та зміну споживчої поведінки, пов'язану, зокрема, із політичною ситуацією в Україні. У складних кризових умовах споживачі змінюють споживчу поведінку, раціонально витрачаючи кошти на блага першої необхідності: продукти харчування, ліки, квартплату. У 2016 р. середня номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій у грудні 2016 р. становила 6 475 грн., що в чотири рази вище рівня мінімальної заробітної плати (1 600 грн.). Порівняно з листопадом розмір заробітної плати збільшився на 19,8%, а за останні 12 місяців (відносно грудня 2015 р.) – на 23,8% (рис. 2).

Починаючи з 2017 р. суттєво збільшуються ціни і тарифи. На споживчому ринку в січні ціни

на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 1,9%. Найбільше (на 14,5%) подорожчали овочі. На 3,9–2,2% підвищилися ціни на фрукти, молоко, сметану, кисломолочну продукцію, яловичину, сири, масло. Послуги освіти подорожчали на 1,1%, головним чином, за рахунок підвищення на 8,8% плати за утримання дітей у дошкільних закладах. Також відбулося підвищення цін на транспорт у цілому на 2,7%, що спричинено переважно подорожчанням проїзду в автотранспортному транспорті на 4,5%, палива та мастил – на 2,8%, автомобілів – на 2,1% [1].

Окрім рівня і динаміки доходів, на споживчу поведінку домогосподарств здійснює вплив ще низка чинників. Найвагомими детермінантами впливу на споживчі витрати домогосподарств у сучасних умовах виступають: 1) політико-економічний фактор, пов'язаний із політичною та економічною ситуацією в країні, а також із процесами у світовій економіці; 2) фактор «матеріальних можливостей і споживчого вибору», в основі якого закладено дохід домогосподарства та національно-економічні орієнтації його членів [7].

Це підтверджується тим, що в період ринкової трансформації економіки відбулася різка диференціація населення України за масштабами власності, за доходами, статусами, соціальним становищем. Поведінка представників домогосподарств була диференційована (залежно від масштабів) у використанні ресурсів, отриманих від офіційної, неформальної та кримінальної зайнятості та рентних платежів. Споживання стало символом багатства та інструментом для демонстрування свого соціального статусу. Значний вплив на поведінку домогосподарств у цей період здійснила гіперінфляція. Це зумовило певний перехід від грошового до бартерного обміну, повністю знецінилося заощадження. У той час, коли більшість населення виявилася бідною і не могла собі дозволити задоволення навіть найнагальніших потреб, у представників найбагатших верств швидко сформувалися нові підходи до споживання та виявилися стимули до пошуку нового статусу, харак-

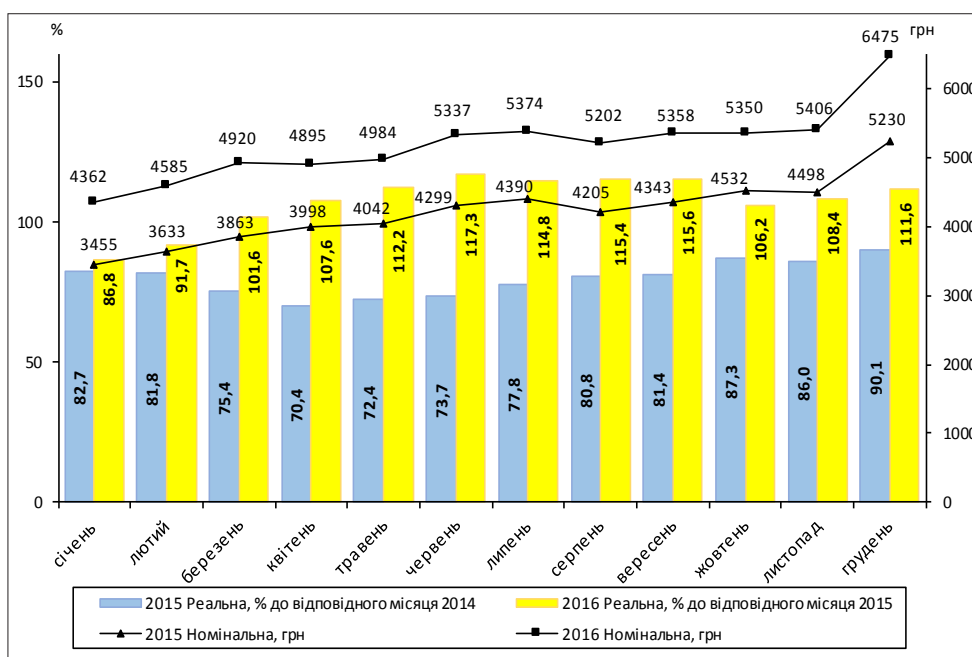


Рис. 2. Динаміка середньої заробітної плати в Україні в 2016 р.

Джерело: складено на основі [1]

терного для ринкових умов. Певним чином це пов'язувалося із виявленням престижу чи соціального статусу через споживання. Отже, «...споживання речей, окрім функціонального смислу, має ще й престижний характер, тепер споживання є символом багатства та інструментом для демонстрування свого соціального статусу» [8].

У сучасних споживчих практиках домогосподарств фахівці-соціологи визначають декілька поведінкових типів: «консервативний» (представники домогосподарств керуються звичками під час вибору та віддають перевагу добре відомим, перевіреним ними товарам); «ощадливий» (характеризуються прагненням заощадити кошти при купівлі товарів); «новаторський» (віддають перевагу новинкам, активно використовують новітні технології для пошуку та купівлі продукції); «естетичний» (купують товари, які є привабливими та естетичними, звертають увагу передусім на їхній зовнішній вигляд, дизайн); «демонстративний» (купують товари відомих брендів та торгових марок і не завжди зважають на ціну під час їх вибору) [9].

Під впливом динамічних змін у технологіях виробництва та ще більшого пристосування споживчих благ до потреб споживачів змінюється ставлення до них: речі сучасного виробництва забезпечують комфорт. Але, як зауважує Ф. Джеймсон, їх не треба більше накопичувати, тому що постійно з'являються нові речі масового виробництва і все більш сучасні, без яких існування людини досить утруднене [10]. У споживанні спостерігаються різноспрямовані тенденції: копіювання моделі споживання західного суспільства; «гедонізм» – прагнення отримати від життя задоволення, незважаючи на такі чинники, як ціна та наскільки необхідним є товар; дотримання консюмеристської культури мають змогу лише забезпечені мешканці великих міст, де більш високі середні доходи поєднуються з розвинутою торговельною інфраструктурою [11, с. 69]; спостерігаються приклади нерациональної споживчої поведінки. Наприклад, домогосподарство з низьким поточним доходом потрапляє у боргову яму задля організації гучного святкування якоїсь події; прагнення батьків будь-що дати своїй дитині вищу освіту заради підтвердження соціального статусу, а не здобуття корисної, затребуваної кваліфікації; купівля непотрібних або навіть шкідливих товарів (дорогих мобільних телефонів, ювелірних прикрас для школярів, зайвих хатніх речей тощо) [12, с. 141]; обережність у витратах під впливом нестабільності зовнішнього середовища; більше уваги приділяється традиційним цінностям, зокрема сім'ї, родині, релігії, суспільним цінностям та традиціям [11, с. 71].

Сьогодні споживча поведінка піддається впливу загальносвітових закономірностей. Як пише А.В. Кудінова, економічна поведінка споживачів в умовах постіндустріальної економіки характеризується поєднанням рис попередніх типів – доіндустріального та індустріального (стандартизованість, концентрованість, традиційність) та новітніми властивостями (уніфікованість, індивідуалізованість, урбанізованість). Проте принципово відмінним є притаманні такому типу споживання свідоме самообмеження, розумна раціональність, оптимальна ресурсоемність, а головне – оновлена структура потреб, яка органічно поєднує індивідуальні та суспільні інтереси. В епоху кардинальних трансформацій економічних систем споживання демонструє все збільшу-

ваний вплив на швидкість та безконфліктність адаптації національних економік до постіндустріальних життєвих стандартів. Спеціалізованість, креативність та уніфікованість глобального за характером, локального за проявами споживання надають розширені можливості для розвитку людини й суспільства, пом'якшують суперечності між збільшуваними потребами та обмеженими ресурсами, помітно зменшують тиск на виробничі можливості суспільства [13].

Психологічні фактори, такі як мотивація, сприйняття, засвоєння інформації, вироблення певних переконань та ставлення до покупки, визначають специфічні вимоги конкретного споживача до товару чи послуги. Культура визначає потреби і поведінку людей – цінності, які панують у суспільстві у сфері споживання, звичаї, традиції, норми та інститути споживання. Соціальне становище пояснює наявність у людей схожих ціннісних уявлень, інтересів та принципів поведінки. Сімейні цінності, настанови про релігію, політику, економіку, чесноту, самоповагу, любов також здійснюють значний вплив на поведінку домогосподарств. Мають специфічне значення також ролі і статуси індивідів, коли приналежність до них передбачає певні купівельні переваги. Сучасні домогосподарства демонструють розширене розуміння доброякісних товарів від вузькоекономічного (що враховує лише грошові доходи) до широкого еколого-соціо-економічного трактування. Споживання починає виконувати нові функції: зміщує стратифікаційні параметри у сферу стилю життя та стилю споживання; надає символічного змісту споживчим благам; конструює соціальну ідентичність [12, с. 23].

Варто також зауважити, що в сучасних умовах ієрархія потреб значною мірою формується безпосередніми виробниками продукції, цілі яких далеко не співпадають з інтересами споживачів. У формуванні потреб усе більшого значення набуває поінформованість споживачів. Сучасні стратегії комплексу маркетингових комунікацій підприємства мають суттєвий вплив на споживача та здатні ефективно формувати нові бажання, моду, тренди, коло інтересів споживачів, норми його поведінки, соціальні й духовні цінності. Реклама як найефективніший елемент цього комплексу керує поведінкою споживачів, стимулюючи їхні потреби та спрямовує на шлях розвитку їхньої мотивації.

**Висновки.** Сукупність наведених чинників дає можливість виділити типові характеристики моделей споживчої поведінки: заощадлива та недемонстративна поведінка, характерна для переважної більшості домогосподарств із низькими доходами; дотримання консюмеристської культури мають змогу лише забезпечені мешканці мегаполісів; моделі функціонального споживання, задовольняючи лише свої основні потреби; спрямованість споживчої поведінки індивіда на недемонстративне споживання; конформна та індивідуалістична орієнтація виявилася залежною (хоча й слабкій) від віку респондентів; засвоєння нових, консюмеристських моделей споживання найбільш активно спостерігається серед молоді. Отже, споживча поведінка значною мірою визначає умови для зростання добробуту домогосподарств і сама є результатом досягнутого рівня добробуту. Мета споживача головним чином спрямована на зростання добробуту. Однак низькі доходи, безробіття, відсутність заощаджень, погане здоров'я та інші чинники його низького рівня зумовлюють поведінку, орієнтовану на виживання у складних

умовах. Більш високий рівень досягнутого добробуту зумовлює диверсифікацію споживання, підносить його на новий рівень, дає змогу включати в структуру споживання нові, якісніші, технологічно досконаліші блага, більше коштів виділяти на самовдосконалення, відпочинок, освіту. Вищий

рівень добробуту гарантує умови для того, щоб переймати принципи поведінки домогосподарств розвинених країн, формувати заощадження, страхувати життя і майно, більше коштів витратити на підтримання домогосподарства, розвивати власну справу і тим підтримувати свій добробут.

#### Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Ноур А.М. Соціальне самопочуття та економічна поведінка населення України: вплив соціально-трудоного статусу та нерівності за доходами / А.М. Ноур [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/usoc/2010\\_1/51-64.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/usoc/2010_1/51-64.pdf).
3. Споживчі настрої в Україні, липень 2016: індекс склав 50,1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/press-release/consumer-confidence-index-ukraine-july-2016/>.
4. Доходи населення України – одні з найнижчих в СНД (статистика) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.businessz.com.ua/news/events/1406>.
5. Гончарова С.Ю. Причини і тенденції зміни рівня доходів населення за регіонами України / С.Ю. Гончарова, А.В. Семенченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 14. – Ч. 1. – С. 125–127.
6. Україна Економічний огляд 1 квітня 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.un.org.ua/images/documents/3810/UkraineMacro economicUpdate April2016UKR\(1\).pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/3810/UkraineMacro economicUpdate April2016UKR(1).pdf).
7. Максименко А.О. Особливості споживчої поведінки в сучасному домогосподарстві: соціологічний вимір : автореф. дис. ... к. е. н. : спец. 22.00.04 / А.О. Максименко. – Львів, 2012. – 20 с.
8. Іващенко М.В. Інституціональні характеристики споживчої поведінки домогосподарств на українському ринку в умовах кризових явищ в економіці / М.В. Іващенко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3(12). – С. 70–73.
9. Джеймсон Ф. Постмодернизм и общество потребления / Ф. Джеймсон // Логос. – 2000. – № 4(25). – С. 63–77.
10. Кузьмук О.М. Особливості інституціоналізації споживацької поведінки в українському суспільстві / О.М. Кузьмук // Соціологія. – 2015. – № 3(119). – С. 68–71.
11. Максименко А. Споживча поведінка: концептуалізація поняття та чинники, що її детермінують / А. Максименко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; ред. кол.: О.Л. Скідін (гол. ред.) [та ін.]. – Запоріжжя : КПУ, 2010. – Вип. 44. – С. 140–146.
12. Кудінова А.В. Відносини споживання в парадигмі глобальної політичної економії : дис. д. е. н. : спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / А.В. Кудінова ; ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». – К., 2016. – 38 с.

#### Катаранчук А. Г.

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича

### ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И БЛАГОСОСТОЯНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ В УКРАИНЕ

#### Резюме

В статье исследуются взаимосвязь и взаимное влияние доходов домохозяйств, их благополучия и потребительского поведения в современных условиях в Украине. Охарактеризованы показатели динамики размера и структуры совокупных ресурсов домохозяйств. Определены особенности потребительского поведения домохозяйств с разными доходами. Выявлены возможности роста благосостояния потребителей под влиянием роста доходов и изменения моделей потребительского поведения.

**Ключевые слова:** благосостояние домашних хозяйств, потребительское поведение, динамика реальных доходов, индексы цен, тенденции в потреблении.

#### Kataranchuk G. G.

Yuri Fedkovych National University of Chernivtsi

### CONSUMER BEHAVIOR AND WELFARE OF UKRAINIAN HOUSEHOLDS

#### Summary

In this paper we examine the relationship and mutual influence of household incomes, their welfare and consumer behavior under current conditions in Ukraine. We characterize the indicators of the dynamics of size and structure of total household resources. The features of consumer behavior of households with different incomes are determined. We discover the possibilities of welfare growth of consumers influenced by rising incomes and changing consumer behavior patterns.

**Key words:** welfare of households, consumer behavior, dynamics of real incomes, price indexes, trends in consumption.