

УДК 366.12:658

DOI: 10.32342/2074-5362-2021-2-31-5

**Ю.Є. ПЕТРУНЯ,**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри менеджменту ЗЕД  
Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро)*

**В.Ю. ПЕТРУНЯ,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту ЗЕД  
Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро)*

**О.І. ГУБА,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
декан факультету управління  
Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро)*

## **ПОВЕДІНКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ СПОЖИВАЧІВ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІНСЬКИХ ІНТЕРЕСІВ**

Розглянуто причини, напрями та масштаби інтересу суспільства, інститутів державного регулювання та управлінців бізнес-структур до поведінки домашніх господарств як споживачів.

Показано, що в сучасній соціально-економічній системі домашні господарства виступають як незалежні агенти, в тому числі в питаннях споживацької поведінки. Разом з тим споживацька поведінка домашніх господарств має соціалізований характер: по-перше, в контексті здійснення самої процедури отримання благ, необхідних для задоволення потреб; по-друге, в контексті появи певних суспільних наслідків використання домашніми господарствами набутих благ; по-третє, в контексті умов існування, функціонування та розвитку бізнес-організацій. Соціалізований характер діяльності споживачів обумовлює те, що поведінка індивідуальних споживачів має виступати предметом інтересу та впливу з боку суспільства, державних та місцевих інститутів управління та бізнесу. Доведено, що забезпечення захисту суспільних інтересів потребує встановлення певного суспільного контролю над споживацькою поведінкою.

На основі проведеного аналізу встановлено, що суспільний інтерес до індивідуальної споживацької поведінки може бути представлено в таких напрямках (формах): об'єктний, кількісний та суб'єктно-територіальний.

Виявлено, що об'єктний суспільний інтерес до споживацької поведінки домашніх господарств передбачає встановлення фокусу уваги на виборі споживачами конкретних товарів та послуг. Оцінка поведінки споживачів у контексті «що купують» пов'язується з впливом такого вибору, по-перше, на стан здоров'я окремих людей та суспільства в цілому, та, по-друге, на світогляд, творчий та інтелектуальний розвиток як окремих людей, так і суспільства в цілому. У свою чергу, стан здоров'я впливає на рівень «суспільного щастя» (суспільний добробут), результативність і продуктивність суспільної праці (здатність виконувати певний обсяг роботи та за-

безпечувати певний рівень інтенсивності), на відповідні витрати державного та місцевих бюджетів, що пов'язані з профілактикою та лікуванням захворювань, використанням різних компенсаційних виплат, пов'язаних із проблемами стану здоров'я.

Кількісна форма (напрямок) суспільного інтересу до поведінки індивідуальних споживачів може бути пов'язана з питаннями охорони здоров'я, макроекономічної політики, ресурсного потенціалу, забезпеченням збалансованості кон'юнктури на різних товарних ринках, досягненням необхідного рівня національної економічної безпеки.

Суб'єктно-територіальний напрямок суспільного інтересу до ринкової поведінки домашніх господарств пов'язаний із питанням оцінки суспільних наслідків індивідуальних споживацьких рішень щодо вибору суб'єктів пропозиції товарів та послуг. У ролі таких суб'єктів можуть виступати бізнес-організації певної юрисдикції – резиденти або нерезиденти. Сукупний ринковий вибір домашніх господарств-споживачів у цьому контексті має певні макроекономічні наслідки, що пов'язані з питаннями конкурентоспроможності національної економіки, поточним та перспективним станом її безпеки.

**Ключові слова:** *споживач, домашнє господарство, попит, держава, суспільство, поведінка споживача, управління, бізнес, інтерес, ринок.*

The article deals with the reasons, directions and scope of the interest of society, institutions of state regulation and managers of business structures concerning the behavior of households as consumers.

It was demonstrated that, in the modern socioeconomic system, households act as independent agents, including the area of consumer behavior. At the same time, the consumer behavior of households has a socialized character: firstly, in the context of the implementation of the procedure for obtaining the goods needed to meet the needs; secondly, in the context of the emergence of certain social consequences from the use of acquired goods by households; thirdly, in the context of the conditions of existence, functioning and development of business organizations. The socialized nature of consumer activity determines that the behavior of individual consumers should be the point of interest and influence from the society, state and local institutions of the government and business. At the same time, that behavior can be the subject of interest and influence from the side of society, state institutions of management and business. It was proved that protection of public interests requires an establishment of the certain social control over consumer behavior.

On the basis of the analysis, it was established that the social interest in individual consumer behavior can be represented in the following directions (forms): objective, quantitative and subjective-territorial.

It was found that the objective public interest in the consumer behavior of households involves the focus on consumer choice of specific goods and services. Assessment of consumer behavior in the context of «buying» is associated with the impact of such choices, firstly, on the health of individuals and society taken as a whole, and secondly, on the worldview, creative and intellectual development as individuals, and society taken as a whole. By contrast, the health condition affects the level of “social happiness” (social welfare), efficiency and productivity of social work (ability to perform a certain amount of work and provide a certain level of intensity), the corresponding costs of the state and local budgets connected with the prevention and treatment of diseases, the use of various compensation payments related to the health problems.

Quantitative form (direction) of public interest in the behavior of individual consumers may be related to the health issues, macroeconomic policy, resource potential, ensuring a balanced situation in different commodity markets, achieving the required level of the national economic security.

The subjective territorial direction of public interest in the market behavior of households is related to the assessment of the social consequences of individual consumer decisions on the choice of entities in the supply chain of goods and services. Such entities may be business organizations of a particular jurisdiction: residents or non-residents. The aggregate market

choice of consumer households in this context has certain macroeconomic implications related to the competitiveness of the national economy, the current and future state of its security.

**Key words:** *consumer, household, demand, government, society, consumer behavior, management, business, interest, market.*

**Постановка проблеми.** Ринкові відносини – це, насамперед, взаємодія суб'єктів пропозиції товарів та суб'єктів попиту на них. Індивідуальні споживачі (домашні господарства) є надзвичайно важливою групою споживачів, значущим сегментом ринку для більшості підприємств – суб'єктів пропозиції товарів на ринку.

Споживачі товарів генерують на ринку грошові потоки для суб'єктів їх пропозиції. Найчастіше у споживачів є вибір, і тому підприємства вступають в конкурентну боротьбу між собою за споживачів та, відповідно, за їхні грошові ресурси. Управлінська ефективність у бізнесі, конкурентоспроможність компаній вирішальною мірою залежить від того, наскільки точно менеджери компаній здатні правильно вибрати цільові сегменти споживачів та виявити їх уподобання.

Ринкові умови передбачають саморегульований спосіб функціонування та постійного відтворення відносин між суб'єктами пропозиції та попиту. Вільні, самостійні рішення економічних суб'єктів щодо купівлі-продажу товарів виявляються іманентно властивими ринковим умовам регулювання, тій сукупності свобод, яку надає ринкова економіка своїм агентам. Разом з тим суспільство не може виступати нейтральним спостерігачем за тим, що відбувається в рамках ринкової взаємодії суб'єктів пропозиції та попиту. Якщо брати поведінку споживачів, то для суспільства та, відповідно, державних інститутів управління важливими є питання, що купують індивідуальні споживачі, скільки купують, коли купують, у кого купують, на якій території купують, як роблять споживацький вибір (за якими критеріями) тощо.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У дослідницькому просторі спостерігається значна увага до питань ринкової поведінки індивідуальних споживачів, різних її аспектів. Механізм ринкової взаємодії, і зокрема поведінки суб'єктів попиту на товари, активно, 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].

Разом з тим у сучасній літературі, на наш погляд, переважають «маркетингово орієнтовані» дослідження поведінки споживачів (Ф. Котлер, М. Солломон, Дж. Траут, Е. Райс та ін.). У таких публікаціях акцент робиться на питаннях виявлення тих ключових факторів, які визначають поведінку домашніх господарств саме як покупців на ринку. У працях українських авторів, зокрема, цікаво досліджено основні аспекти поведінки та вибору споживачів (Л. Коваль, С. Романчук [2]), типи особистості споживача та чинники його поведінки (О. Євтушевська [3]), роль факторів соціального статусу та підтримання ідентичності у поведінці споживачів (О. Кузьмук [4]) та інші питання. Справедливо зазначається, що «споживацька поведінка має соці-

альний характер» [5, с. 17]. Проте важливо чітко уявляти, що «соціалізація» поведінки відбувається не тільки в актах отримання (придбання) необхідних товарів (на чому, як правило, й фокусуються дослідники), а й через формування відповідних соціальних наслідків здійснення таких актів (на що звертається дослідниками набагато менше уваги). Прийняття наявності соціальних наслідків споживацької поведінки домашніх господарств означає, що ця поведінка перестає бути виключно їх «внутрішньою справою».

Отже, поведінку споживачів доцільно розглядати не тільки в контексті інтересів самих домашніх господарств, їх взаємодії з бізнесом, але й в контексті суспільних інтересів. Більше того, потрібно досліджувати та визначати параметри необхідного впливу суспільства, державних інститутів на споживацьку поведінку домашніх господарств.

**Метою статті** є визначення причин, напрямів та масштабів інтересу суспільства, інститутів державного регулювання та управлінців бізнесструктур до поведінки домашніх господарств як споживачів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поведінку споживача визначають певні фактори. Концепція «економічної людини» (її витoki досить часто пов'язують з А. Смітом) базується на «раціональності» поведінки домашніх господарств, на їх бажанні та прагненні отримати найбільшу економічну вигоду в процесі самоорганізації свого економічного життя. Проте, не зменшуючи значення такого поведінкового фактора, як раціональність, треба все ж таки визнати помітну обмеженість цієї концепції.

Споживача не можна розглядати як просто раціонально орієнтованого економічного суб'єкта. Споживач має насамперед розглядатися як людина – в широкому сенсі, в сукупності її характеристик. Економічна поведінка людини це не тільки економічна мотивація, не тільки прояви економічних детермінант та раціональності, а набагато складніша та багатобарвніша система проявів різноманітних груп детермінант. Сучасним можна назвати таке бачення поведінки людини в економічному житті, яке спирається як на економічні, так і на неекономічні детермінанти, не розглядаючи останні як відверто другорядні.

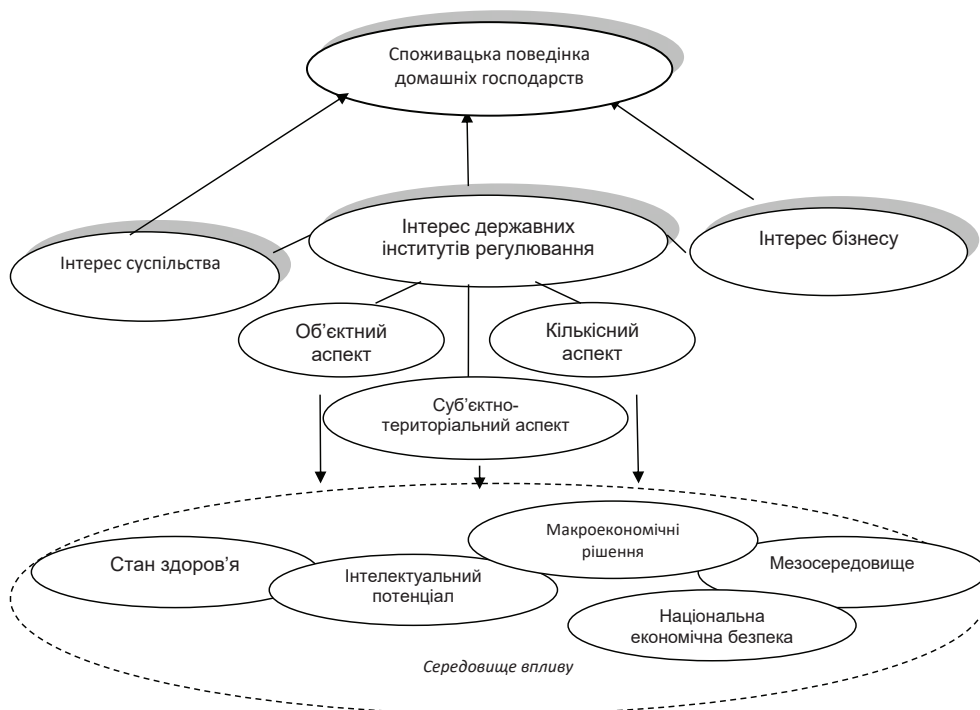
Споживацьку поведінку домашніх господарств доцільно, на нашу думку, розглядати як об'єкт інтересів (рис. 1):

- суспільства в цілому (макрорівневий соціально-економічний зріз);
- Інститутів суспільного управління (макрорівневий управлінсько-регулятивний зріз);
- управлінців підприємств (мікрорівневий зріз).

**Макрорівневий соціально-економічний зріз.** У цьому аспекті потрібно аналізувати 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 у більш широкій системі суспільних інтересів, цінностей тощо. Принципи суспільної моралі безумовно поширюються також на економічну діяльність людей, в тому числі на їх споживацьку поведінку.

**Макрорівневий управлінсько-регулятивний зріз.** Тут важливо встановити ті аспекти (напрями) поведінки індивідуальних споживачів, які мають потрапляти до сфери інтересів держави, як інституту суспільного управління. На нашу думку, до напрямів такого інтересу треба віднести:

**1. Об'єктний напрям.** Державу має цікавити 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:



**Рис. 1. Суб'єктна структура інтересів до поведінки індивідуальних споживачів**

*По-перше*, наскільки є корисним для здоров'я те, що купують споживачі. Стан здоров'я окремо взятої людини та нації в цілому – дуже важливий компонент життя, який впливає:

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

Поняття «суспільне щастя» може розглядатися як певне узагальнення того, що відбувається в конкретній країні, наскільки комфортним є життя людей в ній. До його компонентів, безумовно, має входити й економічний фактор, але при цьому далеко не тільки він визначає рівень щастя людей. Авторитетні дослідження свідчать про те, що зростання ВВП не означає автоматичного зростання рівня щастя людей у певній країні [3]. Напевно, дійсно, мета людей – не багатство (щонайменше не стільки багатство), скільки відчуття життєвого задоволення, відчуття

щастя. Без певного стану здоров'я цього важко досягти. Виходячи з цього, питання якості споживання набуває як індивідуального, так і суспільного значення.

Наразі існують різні варіанти розрахунків показників рівня щастя. Так, за ініціативи ООН щодо пошуку рішень сталого розвитку з 2012 р. реалізується міжнародний проєкт дослідження та підготовки звітів щодо світового щастя (World Happiness Report, WHR), у рамках якого розробляється щорічний Рейтинг країн світу за рівнем щастя, який включає низку компонентів-факторів [7]. Зокрема 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 та благодійності, свобода людей у прийнятті рішень, сприйняття корупції. За відповідною доповіддю 2021 р. (дев'ятий звіт) перше місце посіла Фінляндія з показником 7,842 (шкала оцінювання від 0 до 10), далі в першій п'ятірці – Данія, Швейцарія, Ісландія та Нідерланди. Україна посідає 110-те місце (4,875) серед 149 країн; за доповіддю 2020 р. – 124-те місце (4,5607); за доповіддю 2017 р. – 138-ме місце (4,096); за доповіддю 2018 р. – 133 місце (4,332) [7]. Традиційно в десятці лідерів домінують країни Північної Європи, практично вже постійним лідером рейтингу є Фінляндія.

У розрахунках Міжнародного індексу щастя (Happy Planet Index, HPI), що здійснюються за ініціативи Британського дослідницького центру New Economic Foundation, використовуються такі компоненти, як: очікувана тривалість життя; суб'єктивна задоволеність життям; екологічна складова (екологічне навантаження) [6]. Зазначена організація просуває ідеї соціальної, економічної та екологічної справедливості, створення стійкого майбутнього. Тут також обґрунтовуються висновки про те, що в найбільш багатих країнах люди не стають автоматично й більш щасливими, а майбутні покоління отримують сталі умови функціонування. На нашу думку, є достатньо очевидним вплив фактора здоров'я на тривалість життя та на задоволеність життям і, таким чином, на рівень щастя.

У жовтні 2021 р. вийшло п'яте видання HPI (перше – в 2006 р.). Рейтинг очолює Коста-Ріка (62,1 балів), Україна посідає 103-тє місце (2016 р. – 70-те місце) з показником 40,9 балів зі 152 країн, що були включені до дослідження. Показники України за окремими складовими HPI такі: суб'єктивна задоволеність життям (добробут) – 4,70 балів з 10, група «поганю» (2016 р. – 5,0), очікувана тривалість життя – 72,1 року, група «середню» (2016 р. – 70,3 року), екологічна ситуація – 2,64 (група «середню»). Саме негативна динаміка першого показника призвела до регресу України в рейтингу HPI.

*Другий аспект впливу стану здоров'я – суспільна результативність та продуктивність праці.* Ця детермінантна лінія передбачає те, що стан здоров'я нації визначає поточну суспільну здатність виконувати насамперед певний обсяг роботи і 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. Його фактичні показники за-

лежать, зокрема, від стану здоров'я нації. Зрозуміло, що, крім фактора споживання, на стан здоров'я впливають й інші фактори – рівень освіти, культури, спосіб життя, безпека праці, можливості системи охорони здоров'я тощо.

Можна передбачити, що значна частина недостатньо або зовсім неякісних товарів, насамперед продовольчих, купується з причин низької платоспроможності домашніх господарств. Вирішити цю проблему держава може через підвищення рівня доходів найменш забезпечених верств населення або через відповідну стандартизацію тієї продукції, що пропонується на ринку. Що стосується першого шляху, то тут без збільшення витрат практично неможливо обійтися (збільшення пенсій, підвищення офіційного рівня мінімальної заробітної плати, проведення певних змін у системі оподаткування індивідуальних доходів). Другий шлях може бути не пов'язаним із додатковими витратами, тут більше потрібно організаційно-управлінських зусиль.

*Третій аспект – витрати із суспільних фондів* (бюджетні витрати) 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 питань 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. Соціалізована життєдіяльність потребує формування та виконання певних правил в індивідуальній поведінці. 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, зокрема у сфері споживання. Суспільство в цьому плані має покладатися насамперед на державу, а не на саморегулятивні можливості ринку.

**2. Кількісний напрям.** У цьому випадку мова йде про те, що державу має цікавити питання «скільки купують споживачі». Цей аспект проблеми, *по-перше*, певною мірою перегукується з «об'єктним напрямом». 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. Макроекономічні процеси не є стабільними. Залежно від стану економіки (динаміка ВВП, рівень інфляції, стан зайнятості тощо) державними управліннями приймаються рішення, що спрямовуються або на стимулювання, або на стримування економічної динаміки. Політика стимулювання спрямовується на збільшення сукупного попиту, вона має відображати зацікавленість держави у зростанні обсягів придбання товарів та послуг домашніми господарствами. Політика стримування орієнтується на досягнення зворотного ефекту. Зрозуміло, що використання державою відповідних інструментів коригує умови функціонування суб'єктів ринкових відносин, стан бізнес-середовища.

*По-третє*, виникають 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 зайва пропозиція). Ринкових інструментів регулювання попиту та пропозиції в певному галузевому секторі досить часто не вистачає для ефективного досягнення збалансованості.

*По-четверте*, питання національної економічної безпеки. У товарній структурі завжди можна виділити стратегічно важливі для економіки матеріальні ресурси (найбільш очевидні – газ, нафта). Вони є лімітованими природними запасами за доступністю щодо їх використання, еластичність їх пропозиції є в цілому невисокою. Проблема для економіки загострюється при відсутності у країні відповідних запасів таких ресурсів або за їх незначної кількості. Така ресурсна ситуація створює постійний тиск у питанні безпеки національної економіки. Чим більшою є частка імпортованих 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 та об'єктом відповідного управлінського впливу.

**3. Суб'єктно-територіальний напрям.** Це питання *вибору споживачами суб'єктів* пропозиції товарів за ознакою їх резидентської чи нерезидентської належності. Соціальними наслідками рішень споживачів щодо вибору товарів, що пропонуються резидентами чи нерезидентами, є виникнення цілої групи питань: робочі місця в країні, податкові потоки, формування бюджетів, конкурентоспроможність та безпека національної економіки, стан платіжного балансу країни, курсова валютна динаміка тощо. Ці проблеми є дуже важливими об'єктами інтересу для держави, вони потребують відповідного регулювання, ефективних управлінських дій.

**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 їхньої 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 низку важливих факторів, але акцент робиться насамперед на поведінці споживачів. Глибина аналітичних розробок залежить, зокрема, від здатності аналітиків побачити сукупність детермінантів ринкової поведінки споживачів, пріоритетність детермінантів та динаміку відповідних процесів. В оцінку стану середовища діяльності компаній та прогнозування змін ринкової ситуації безумовно треба вводити можливий вплив держави на поведінку споживачів. Щоб «поле досліджен-



ня» на бізнес-рівні було правильно визначено 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, суспільних інститутів передбачає і формування певного бачення «правильності» поведінки індивідів, а також її регулювання. Правила суспільного життя поширюються й на економічну діяльність, зокрема на індивідуальну споживацьку поведінку. І тому остання стає об'єктом інтересу суспільства, держави та бізнесу. Суспільний інтерес поширюється на об'єктні, кількісні та суб'єктно-територіальні аспекти індивідуальних споживацьких рішень. Його обумовлює вплив цих рішень на стан здоров'я, інтелектуальний і творчий потенціал нації, світогляд, «солідарність», макроекономічний стан та національну безпеку тощо. Подальший розвиток наукових досліджень у цьому напрямі міг би передбачати оцінку можливостей та обґрунтування найбільш ефективних інструментів впливу держави на поведінку споживачів – домашніх господарств.

#### *Список використаної літератури*

1. Талер Р. Новая поведенческая экономика. М.: Эксмо. 2017. 540 с.
2. Коваль Л.А. Основні аспекти поведінки споживачів і чинників, що зумовлюють вибір певного типу споживацької поведінки. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 18 (2). С. 117–122.
3. Євтушевська О.В. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 20. С. 22–24.
4. Кузьмук О. Споживацька поведінка як механізм ідентичності. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2015. № 4. С. 12–16.
5. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів. 2016. 362 с.
6. Happy Planet Index. URL: <http://www.happyplanetindex.org>
7. World Happiness Report. URL: <http://www.worldhappiness.report>