

УДК 330.546:64.066.2(477)

Т. А. Непокупна,

к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4688-5954>

Б. О. Шевченко,

к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3952-5205>

В. В. Сухорада,

магістрантка, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4837-8603>

В. А. Долгов,

студент, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2599-1587>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.1.71

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ СПОЖИВАННЯ ВЖИВАНИХ РЕЧЕЙ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ УКРАЇНИ

Т. Непокупна,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Political economy,
Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University*

B. Shevchenko,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Political economy,
Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University*

V. Sukhorada,

Master's student, Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

V. Dolhov,

Student, Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

SOCIO-ECONOMIC DETERMINANTS OF CONSUMPTION OF USED ITEMS GOODS BY HOUSEHOLDS OF UKRAINE

У статті розглянуто трактування споживання як процесу задоволення потреб різними школами і теоріями економічної науки; наголошено, що споживання може детермінувати позитивні процеси в економічній динамічній системі, а може стати джерелом руйнівних тенденцій у функціонування економічної системи; виокремлено споживчу поведінку індивіда як різновиду економічної поведінки та здійснено короткий екскурс в історію споживчої поведінки домогосподарств України у новітній час; з'ясовано причини споживання вживаних речей домогосподарствами України за допомогою проведеного анонімного опитування населення міста Полтави та Полтавської області, а саме: відносно невисока ціна вживаних речей, вища якість виробів, унікальність речей та їхня "брендовість"; наголошено на необхідності проведення повоєнної комплексної економічної і соціальної політики задля підвищення рівня і якості життя населення України.

The article examines the interpretation of consumption as a process of satisfying needs by representatives of various schools and theories of economic science: marginalism, Marxism, institutionalism, Keynesianism, neoclassicism. It is emphasized that consumption can determine positive processes in the economic dynamic system: needs – production – employment – incomes – growth in the level and quality of life – meaningful consumption, and can become a source of destructive trends in the functioning of the economic system: needs – overproduction – limited resources – unemployment – environmental pollution – reduction of the quality of life – ascetic consumption. The consumer behavior of an individual is singled out as a type of economic behavior, as a human activity aimed at obtaining various products and disposing of them.

A short excursion into the history of consumer behavior of Ukrainian households in modern times was conducted – from the beginning of the 1990s to the pre-war period of the modern history of Ukraine. Attention is focused on the decrease in incomes and the decline in the standard of living of the population, the spread of mass poverty and the deterioration of the nutrition of the population, which lasted until the beginning of 2000. It was found that despite the country's exit from the long crisis, economic growth and increase in the standard of living and reduction in the scale of poverty, the acute problem of underconsumption of the vast majority of the population during the 90s of the 20th century. became the basis for an increase in current consumption, influenced the consumer priorities and consumer behavior of households. There are reasons to talk about the reckless consumer behavior of Ukrainian households and the demonstration of ascetic-materialistic consumption with a tendency to demonstrative.

An analysis of the consumption of second-hand items by households in Ukraine – clothes, shoes, textiles, accessories that were already used by other individuals – was carried out. The reasons for the consumption of second-hand items in Ukraine were identified with the help of an anonymous survey of the population of the city of Poltava and the Poltava region. According to the results of the survey, the main reason for the consumption of used items items is their relatively low price, the higher quality of the products, the uniqueness of the items and their "branding".

A conclusion was made about the need for a comprehensive economic and social policy in the post-war period to improve the level and quality of life of the population of Ukraine, because the war will only intensify all the negative manifestations of the damage caused to the economy and social sphere of Ukraine.

*Ключові слова: домогосподарство, вживані речі, споживча поведінка, споживання, рівень і якість життя.
Key words: households, used items, consumer behavior, consumption, level and quality of life.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Серед економічних суб'єктів національної економіки домогосподарство є ключовим учасником економічних процесів. Активна роль домогосподарств у національній економіці визначається тим, що вони опосередковують всі соціально-економічні відносини; виступають важливим чинником перерозподілу доходів; є базовим споживачем на товарному ринку; формують пропозицію на ринку праці; є важливим джерелом накопичення капіталу; є господарюючим суб'єктом, основна функція якого полягає у створенні економічних умов для відтворення і розвитку людини тощо [1].

Домогосподарства на ринках товарів та послуг виступають активними споживачами; витрачають отримані доходи та заощаджені кошти на купівлю широкого спектру економічних благ. Тенденції останніх десятиліть на товарному ринку свідчать про зростання інтересу украї-

нських домогосподарств до вживаних речей. Суттєво на споживчу поведінку домогосподарств впливає рівень і якість життя індивідів, які формуються під впливом економічної політики держави, стану економіки країни, смаків і вподобань, статусу, упереджень та низки інших факторів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У різні часи про рівень і якість життя домогосподарств, їхню споживчу поведінку, про вплив економічної політики держави на споживчі настрої населення висловлювали своє бачення як вітчизняні, так і зарубіжні теоретики і практики — філософи, економісти, соціологи, маркетологи, психологи та представники інших наук: А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. С. Міль, К. Маркс, Дж. М. Кейнс, А. Маслоу, М. Фрідман, І. Фішер, Ф. Модільяні, У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл, Ф. Еджуорт, В. Парето, І. Фішер, Р. Аллен, Дж. Хікс, Е. Лібанова, Л. Черенько та багато інших.

На нашу думку, у сучасному вітчизняному науковому полі дослідження споживання с?ме вживаних речей українськими домогосподарствами залишається недостатньо опрацьованим і проаналізованим, що зумовлює актуальність з'ясування соціально-економічних детермінант споживання вживаних речей в Україні, зокрема за допомогою опитування населення м. Полтави та Полтавської області. Це і зумовило вибір теми нашого дослідження, обґрунтування його мети, завдань, інструментарію, а також логіку викладення матеріалу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Визначення теоретичних основ споживчої поведінки домогосподарств та з'ясування соціально-економічних детермінант споживання вживаних речей домогосподарствами України крізь призму їхнього рівня і якості життя.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Детермінуючу роль у сучасному суспільстві відіграє система споживання, яка формується попитом індивідів і товарною пропозицією. В економічній теорії і практиці споживання визначається як отримання економічних благ, уможливлених одержаними доходами або витраченими заощадженнями та як використання цих благ для задоволення виробничих чи особистих потреб.

Аналіз споживання як процесу задоволення потреб ґрунтується на постулатах маржиналізму. Автори кардиналістського (У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл та ін.) та ординалістського підходів (Ф. Еджуорт, В. Парето, І. Фішер, Р. Аллен, Дж. Хікс та ін.) розглядали процес формування споживчого вибору в умовах обмеженості ресурсів (грошового доходу), тому поведінка споживача, продиктована його потребами та орієнтована на корисність економічного блага або альтернативного вибору серед їхньої груп, вважалась раціональною і оптимальною. Основною детермінантою споживчої поведінки визначалося прагнення максимізувати корисність від споживання економічних благ. У марксистській споживання розглядається як елемент структури виробничих відносин.

Економіст, соціолог Т. Веблен виділяв "утилітарне споживання", яке притаманне нижчим верствам населення та "демонстративне споживання", що характеризувало престижне, статусне споживання, притаманне вищим верствам населення [2]. Веблен застосував цей термін, описуючи особливості поведінки нуворишів — класу, який виділився у результаті акумулювання капіталу, багатства у ході другої промислової революції. Представники т. зв. вищого класу використовували свої статки для декларації свого статусу, своєї влади.

Дж. М. Кейнс у своїй концепції споживання керувався гіпотезою абсолютного доходу, звернувши увагу на те, що суб'єкти формують своє споживання залежно від отриманого ними поточного доходу. Він вважав, що розподіл доходу на споживання і заощадження залежить від переваг споживача. Кейнс сформулював відомий основний психологічний закон, відповідно до якого припускається, що особисте споживання збільшується в міру зростання наявного доходу, але не так, як зростає

доход. Частину отриманого доходу люди будуть заощаджувати [3].

Створена американським економістом Ф. Модільяні теорія споживання ґрунтується на мікроекономічних передумовах планування обсягів споживання і заощадження упродовж усього життя. Неокласична концепція поведінки домогосподарств на споживчому ринку ґрунтується на теорії міжчасового споживчого вибору американського економіста, представника неокласичного напрямку в економічній науці Ірвінга Фішера: приймаючи рішення стосовно того, від якої частки споживання у поточному доході слід відмовитись сьогодні, щоб максимізувати споживання у майбутньому, людина розглядає міжчасове бюджетне обмеження. Перед споживачем виникає проблема вибору і два часових періоди, що його зумовлюють: молодість і старість.

В основі теорії перманентного доходу американського економіста, лауреата премії з економіки пам'яті Альфреда Нобеля у 1976 р. Мілтона Фрідмана знаходиться припущення про прагнення домогосподарств забезпечити собі рівномірний рівень споживання протягом усього свого життя. Заощадження розглядаються не тільки як відкладене споживання, але і як процес формування портфеля активів майна суб'єкта.

Спільним у поглядах представників різних наукових шкіл і течій є визначення споживання однією з невід'ємних характеристик людини, що є об'єктивним наслідком людської природи, яка набуває завершеності лише у поєднанні з природним середовищем, що оточує її. Виділяються такі види споживання: — матеріалістичне (міщанське) споживання — характерне для покупців, зорієнтованих на максимальне задоволення власних потреб та самореалізацію за допомогою володіння матеріальними благами; — патріотичне споживання — споживання, спрямоване на підтримку вітчизняного товаровиробника; — ностальгійне споживання — купівля продукції, яка пов'язана з хорошими спогадами дитинства чи юності; — професійне споживання — купівля товарів або послуг, пов'язаних з професійною діяльністю споживача; — аскетичне споживання — споживання, орієнтоване на задоволення базових потреб; — психологічне споживання — яке є результатом психологічного дискомфорту людини, коли придбання нової речі покращує настрій, на короткий період заповнює відчуття порожнечі, надає радість від отримання нового блага; — патологічне споживання — споживання антиблаг, які руйнують фізичне та моральне здоров'я особистості; — осмислене споживання — купівля товарів і послуг, спричинені об'єктивними життєвими обставинами; — лотерейне споживання — купівля товарів, які можуть знадобитися та принести вигоду в майбутньому (купівля цінних паперів, страхових полісів, лотерей тощо) [4].

Таким чином, споживання є важливим елементом соціально-економічної системи, що вводить у дію механізм економічної діяльності. Вважаємо, що споживання може детермінувати позитивні процеси в економічній динамічній системі: потреби — виробництво — зайнятість — доходи — зростання рівня і якості життя — осмислене споживання. А може стати джерелом руйнівних тенденцій у функціонування економічної системи: потреби — перевиробництво — обмеженість ресур-

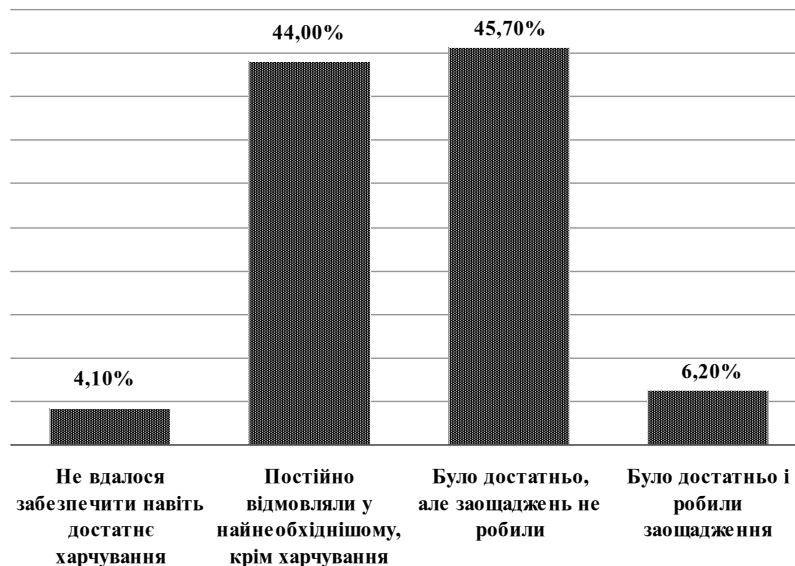


Рис. 1. Розподіл домогосподарств за самооцінкою рівня їх доходів, %, 2017 р.

Джерело: [9].

сів — безробіття — забруднення навколишнього середовища — зниження якості життя — аскетичне споживання. Тому процес споживання потребує виваженості з боку споживачів, виробників та держави для злагоджених дій, які б не шкодили економіці (ресурси, виробництво тощо), суспільству (рівень і якість життя тощо), навколишньому природному середовищу (виснаження ресурсів, забруднення довкілля тощо).

Попри інтерес представників економічної науки до поведінки людини як споживача, тривалий час їхні дослідження торкалися більшою мірою, наприклад, виробничої, трудової, інвестиційної поведінки людини і меншою мірою — споживчої поведінки. Це пояснюється тим, що інтерес економічної науки до споживчої поведінки людини з'явився дещо пізніше порівняно з увагою до процесу суспільного виробництва економічних благ.

На сьогодні у широкому розумінні слова споживчу поведінку можна тлумачити як діяльність людини, спрямовану на отримання різної продукції і розпорядження нею. У вузькому тлумачення категорія "поведінка споживачів" розглядається як поведінка людей безпосередньо у сфері задоволення потреб, у сфері споживання, яка є завершальною стадією системи суспільного відтворення. Поведінку споживача, наприклад, у маркетингу визначають як дії, котрі здійснює окрема особа, купуючи та використовуючи товар чи послугу, як розумові та соціальні процеси, які передують цим діям або є їхнім наслідком [5].

Вважаємо, що споживча поведінка індивіда — це різновид економічної поведінки щодо купівлі економічних благ, який ґрунтується на усвідомлених раціональних чи ірраціональних діях, спрямованих на задоволення особистих потреб, що формуються під впливом низки факторів. Такими факторами можуть бути: державна економічна і соціальна політика, рівень доходів, наявна сума грошей, смаки, пріоритети, зовнішнє оточення, соціальний статус, мода, упередження та ін.

Аналізуючи споживчу поведінку домогосподарств України, варто звернутися до початку 1990-х років, коли

з настанням нової епохи у соціально-економічному розвитку України як незалежної держави, відбулося різке падіння рівня життя населення України, поширення масової бідності, що тривало аж до початку 2000 року. Так, упродовж 1990-х років ВВП країни скоротився на 59,2%, втрати у рівні життя були суттєво більшими, адже швидкими темпами знижувались доходи населення: реальна заробітна плата зменшилась у 3,2 рази, а реальні пенсійні виплати — у 4 рази [6].

Відчутно збільшувалось розшарування населення за рівнем доходів, що призвело до виникнення значних масштабів бідності. Упродовж 90-х років знизилися і інші показники рівня життя. Погіршилося харчування населення: зменшилось споживання м'ясної та молочної продукції, яєць та риби. У цілому впала калорійність середньодобового раціону харчування українців майже в півтори рази (з 3597 до 2505 кКал), суттєво знизилось споживання основних мікро— і макроелементів [7].

За 1990—1996 рр. у структурі сукупного доходу зменшилась частка оплати праці і трансфертів, зросла частка доходів від особистого підсобного господарства. Майже удвічі зросла частка витрат на харчування, а питома вага витрат на непродовольчі товари вдвічі знизилась. Накопичення впали до від'ємного значення. Отже, структурні показники споживання українських домогосподарств свідчили про надзвичайне падіння життєвого рівня переважної більшості населення країни [8, с. 89].

Використання державою різних інструментів регулювання економіки упродовж наступного десятиліття вивело країну з тривалої кризи, сприяло економічному зростанню, наслідком чого стало створення робочих місць, підвищення рівня життя, зменшення масштабів бідності. Зростання реальних доходів вплинуло на покращення структури витрат населення, що сприяло зростанню обсягів роздрібного товарообігу, платних послуг, введення в експлуатацію житлових будинків тощо.

Науковці наголошують, що гостра проблема недо-споживання переважної більшості населення впродовж 90-х років ХХ ст. стали підґрунтям для максимізації

поточного споживання у часи відновлення економіки країни і підвищення доброту населення. Таке явище назвали національною ідеєю [8, с. 130], обґрунтовуючи це тим, що у суспільствах з низьким рівнем життя виникає небезпека підміни системи цінностей споживчими потребами та вподобаннями, що провокує у населення відчуття невдоволення власним життям, зниження самооцінки, патерналістські настрої тощо. Специфічною ознакою незалежної України називають невідповідність самооцінки матеріального стану об'єктивно визначеним параметрам у суспільстві, що проявляється в українців у недооцінюванні своїх статків та занижуванні соціального статусу [8, с. 130—131]. Так, у 2017 р. лише 0,5 % населення вважало себе середнім класом, і ніхто — заможним, а 74 % назвали себе бідними [9]. Наприклад, у 2020 р. бідними себе вважали 67 % українців, лише 1 % вважав себе належним до середнього класу [10].

Як виявилось, такий суб'єктивний розподіл не відповідав і об'єктивним оцінкам, і оцінкам тих же респондентів щодо власних споживчих можливостей, адже у тому ж році більше половини домогосподарств (52 %) вказали, що їх доходи були достатніми (рис. 1 [9]).

Слід зазначити, що економічне зростання в Україні упродовж 2000—2021 рр. не вплинуло на відмову від традицій неринкового самозабезпечення домогосподарств (приготування їжі, прибирання, прання, ремонт і пошиття одягу, ремонт житла, перукарські справи тощо), які міцно укорінилися у життєдіяльність домогосподарств. Зростання реальних і номінальних доходів, підвищення доброту українських домогосподарств до початку російської агресії проти України сприяло, на жаль, лише задоволенню базових потреб — у харчуванні, деяких непродовольчих товарах, комунальних послугах [11]. Витрати на послуги поза домашнім господарством у структурі бюджету сімей залишаються на низькому рівні, що все ж таки свідчить про загальний низький рівень життя населення України, а це впливає на споживчі пріоритети і споживчу поведінку домогосподарств.

Водночас, вважаємо, є підстави стверджувати, що у суспільстві були сформовані тренди до уповільненого, але все ж таки підвищення доброту. Свідченням цього є зростання витрат на відпочинок, культурні і транспортні послуги, ресторани та готелі в абсолютному виразі станом до 24 лютого 2022 року. Особливо це стосувалося т. зв. верхніх майнових груп, відносно яких чітко простежується закономірність щодо витрат на ресторани та готелі [11].

Загалом середнє домогосподарство у десятій децильній групі витратило майже у десять разів більше коштів за цим напрямком, ніж домогосподарство з найбіднішої децильної групи. Починаючи з четвертої децильної групи, витрати на ресторани та готелі перевищували інші витрати, пов'язані з дозвіллям та розвитком [8, с. 153].

При аналізі структури споживання ми знаходимо підстави говорити про невиважену споживчу поведінку домогосподарств України. Підтвердження вбачаємо у такому: зростання рівня доброту домогосподарств сприяло купівлі ними товарів тривалого користування. Мова йде про мобільні телефони, комп'юте-

ри, ноутбуки, побутову техніку та ін. Але купівля побутової техніки, яка суттєво скорочує витрати часу на хатню роботу, порівняно, наприклад, із гаджетами, зростала повільно.

Отже, сформовані стандарти життя домогосподарств України характеризуються бажанням задовольняти обмежене коло базових потреб — у їжі, у захисті від холоду (комунальні послуги, одяг, взуття), а також специфічні потреби, пов'язані із належністю до тих соціальних груп, які володіють останніми технологічними новинками із групи мобільних телефонів, ноутбуків, персональних комп'ютерів, які не були задоволеними упродовж попередніх кризових років. Беручи до уваги види споживання, про які мова йшла вище, вважаємо, що українці демонструють аскетично-матеріалістичне споживання з тенденцією до демонстративного споживання. На нашу думку, рівень і якість життя домогосподарств України перебувають на недостатньо високому рівні для, зокрема, реалізації усвідомленої споживчої поведінки, відмінної від аскетично-матеріалістичної.

Розвиваючи тему аналізу споживчої поведінки і її детермінантів, на нашу думку, є сенс акцентувати увагу на споживчих пріоритетах стосовно окремих товарних груп з подальшою екстраполяцією отриманих результатів на загальну систему споживання. Окремий інтерес у цьому контексті має аналіз споживання вживаних речей — одягу, взуття, текстилю, аксесуарів, що уже використовувались іншим індивідами.

З метою з'ясування причин споживання вживаних речей в Україні, ми провели анонімне опитування 150 чоловік з використанням Google Forms у соцмережі Facebook. На питання власноруч складеної анкети відповіло 100 жінок (66,7 %) і 50 чоловіків (33,3 %), які проживають у м. Полтаві — 58 %, у містах районного підпорядкування — 10 %, у селищах міського типу — 13,3 %, у селах, селищах — 18,7 % з усіх чотирьох районів Полтавської області: Полтавського, Кременчуцького, Миргородського та Лубенського.

Віковий розподіл такий: від 18 до 29 років — 28,7 %, 30—39 років — 30 %, 40—49 років — 23,3 %, 50—59 років — 13,3 %, 60 і старші — 4,7 %. Розподіл за освітою такий: мають повну загальну середню освіту (10—11 класів) 0,7 %, професійно-технічну освіту — 6 %, неповну вищу освіту (навчаються, не закінчили виш з якоїсь причини) — 5,3 %, базову вищу освіту (бакалавр) — 2 %, повну вищу освіту (спеціаліст, магістр) — 66,7 %, учений ступінь, звання — 19,3 %.

Маємо такі відповіді на питання щодо розміру середньомісячного особистого доходу: від 2000 до 5000 грн отримують 11,3 % респондентів, від 5000 до 10000 — 31,3 %, від 10000 до 15000 — 28,7 %, від 15000 до 20000 — 19,3 %, від 20000 — 9,3 %. Свій статус на ринку праці респонденти визначили так: 82,7 % працюють повний робочий день/тиждень. Отримали такі відповіді респондентів щодо їхньої належності до запропонованих в анкеті соціально-майнових груп: бідними себе вважають 2 % опитаних, малозабезпеченими — 11,3 %, до середнього нижчого класу себе включило 50,7 % опитаних, до середнього класу — 36 %, жоден з опитаних не вважає себе багатим.

На запитання анкети "з якою періодичністю Ви купуєте вживані речі", отримали такі відповіді: постійно їх

Таблиця 1. Періодичність, з якою споживачі надають перевагу групам вживаних речей

| Вживані речі | Постійно | Часто | Іноді | Ніколи |
|---|----------|--------|--------|--------|
| Вживані речі категорії <i>lux</i> (сучасний вживаний одяг та взуття гарної якості) | 11,3 % | 24 % | 46 % | 18,7 % |
| Ексклюзивні вживані речі категорії <i>cream</i> (товари найкращої якості у відмінному стані) | 8 % | 24,7 % | 38 % | 29,3 % |
| Товари категорії <i>extra</i> з бірками і цінниками | 14 % | 26 % | 42 % | 18 % |
| Секонд-хенд 1 сорту (якісні речі без пошкоджень і слідів зносу, які є сучасними і модними без браку, або з браком, що легко усувається) | 10,7 % | 28 % | 48 % | 21,3 % |
| Секонд-хенд 2 сорту (речі з невеликими і видимими слідами зносу і браком та такий, що вийшов з моди) | 8 % | 19,3 % | 21,3 % | 51,3 % |
| Секонд-хенд 3 сорту (речі практично непридатні для подальшого використання за прямим призначенням, містять значний брак, з високим ступенем зносу; використовується як правило як технічний текстиль) | 0,7 % | 10,7 % | 14 % | 74,6 % |
| Будь-які вживані речі, які продаються у комісійних магазинах | 4 % | 11,3 % | 25,3 % | 59,4 % |
| Будь-які вживані речі, які продаються на Інтернет-площадках: OLX, shafa.ua, klumba.ua, kidstaff.com.ua та ін. | 3,3 % | 14 % | 32 % | 50,7 % |

купають — 5,3 %, доволі часто їх купують — 18,7 %, час від часу можуть купити вживану річ — 43,3 %, це поодинокі випадки у 32,7 % респондентів. Водночас, лише для себе купують вживані речі 20,6 % респондентів, для усіх членів своєї сім'ї (і дорослих, і малих) — 46,8 %, тільки для дорослих членів своєї сім'ї (бабусів/дідусів) — 4,3 %, тільки для дітей зі своєї сім'ї — 2,1 %, кожен член сім'ї сам купує собі вживані речі — у 26,2 % опитаних.

У табл. 1 згруповані відповіді на питання про частоту надання переваги респондентами тим чи тим групам вживаних речей.

Ми поцікавилися, чим вживані речі приваблюють споживачів-респондентів. У питанні можна було позначити дві відповіді. Отримали таке: 50 % відповідей припадає на варіант "відносно невисокою ціною", 35,6 % — на варіант

"вищою якістю виробів", 34,9 % — "тим, що можна віднайти унікальну річ", 32,9 % — "тим, що можна купити "брендову" річ", 22,6 % — "відносною ексклюзивністю речі, оскільки в основному це штучний товар, якого не побачиш на інших людях", а 13,7 % відповідей припало на варіант "не вистачає грошей на нові речі" (рис. 2).

Відповіді респондентів про періодичність, з якою вони купують вживані речі, згруповано у табл. 2: потрібно було навпроти кожного запропонованого виду вживаних речей поставити одну відмітку.

На питання про частку вживаних речей у гардеробі респондентів отримали такі відповіді: майже 100 % у 0,7 % опитаних; 2/3 гардеробу — у 6,9 %; половину гардеробу — у 10,3 %; чверть одягу у гардеробі — у 25,5 %; доволі незначну частку, орієнтовно до 10% від усього одягу — у 56,6 % опитаних.

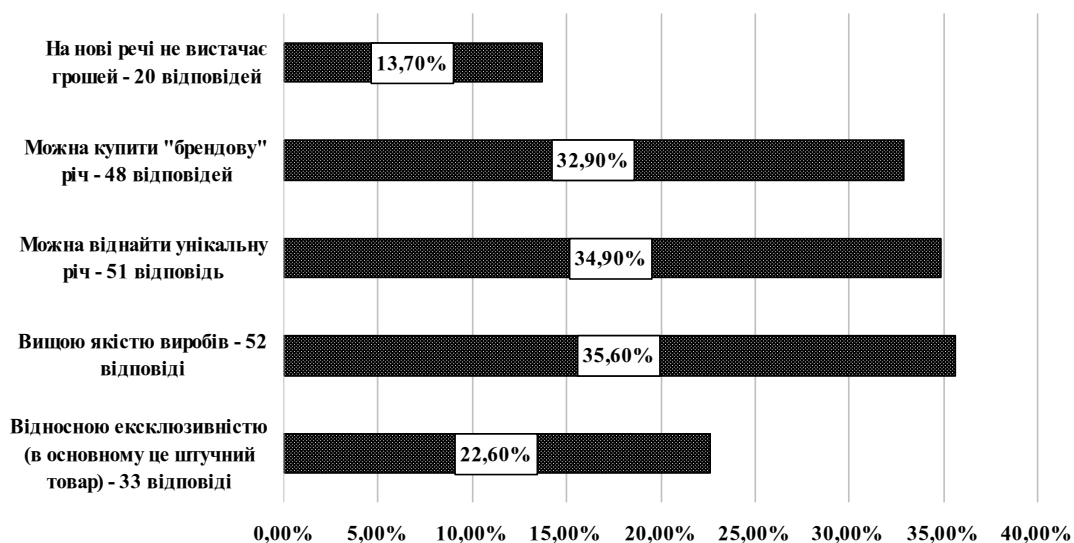


Рис. 2. Відповіді на питання: "Чим Вас приваблюють вживані речі"

На питання "якщо Ваш рівень доходів зросте, чи відмовитесь Ви від споживання вживаних речей", 40,8% респондентів відповіли, що відмовляться, а 59,2% — не відмовляться (рис. 3).

Таким чином, за результатами проведеного опитування, здебільшого причиною споживання вживаних речей є відносно невисока їхня ціна, вища якість виробів, унікальність речей та їхня "брендовість" [12, с. 350]. Існує незначна залежність між зростанням рівня доходів і зниженням споживання вживаних речей: за умови зростання доходів більша половина (майже 60%) респондентів не відмовляється від споживання цих речей.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, в економічній науці виділяють чимало видів споживання: матеріалістичне (міщанське), патріотичне, ностальгійне, професійне, аскетичне, психологічне, патологічне, осмислене, лотерейне споживання. Споживання є важливим елементом соціально-економічної системи, що вводить у дію механізми економічної діяльності, може детермінувати позитивні процеси в економічній системі, а може стати джерелом руйнівних тенденцій у функціонуванні економічної системи.

Статистичні дані та самооцінювання свідчать про низькі споживчі можливості українських домогосподарств, орієнтованих лише на задоволення базових потреб — у харчуванні, деяких непродовольчих товарах, комунальних послугах. Вважаємо, що українці демонструють аскетично-матеріалістичне споживання. З іншого боку, українцям характерна невиважена споживча поведінка з тенденцією до демонстративного споживання, що проявляється у задоволенні специфічних потреб, пов'язаних із належністю до тих соціальних груп, які володіють останніми технологічними новинками — мобільними телефонами, ноутбуками, персональними комп'ютерами.

Проведене нами анонімне опитування 150 чоловік з м. Полтави і Полтавської області з використанням Google Forms у соцмережі Facebook з метою з'ясування причин споживання вживаних речей в Україні, засвідчило, що бідними вважають себе лише 2% опитаних, малозабезпеченими — 11,3%, а багатим себе ніхто не вважає, незважаючи на те, що 9,3% опитаних отримують доход, який перевищує 20000 на місяць, що є вищим за середню номінальну зарплату на Полтавщині — 13050 грн у серпні 2021 р. [13].

Таблиця 2. Періодичність купівлі вживаних речей

| Вживані речі | Постійно | Часто | Іноді | Ніколи |
|--------------------|----------|-------|-------|--------|
| Нижня білизна | 1,3% | 3,3% | 10% | 85,4% |
| Шкарпетки, колготи | 1,3% | 3,3% | 10,7% | 84,7% |
| Верхній одяг | 4% | 13,3% | 58% | 24,7% |
| Повсякденний одяг | 6% | 27,3% | 54,7% | 12% |
| Офісний одяг | 4,7% | 19,3% | 26% | 50% |
| Робочий одяг | 10,6% | 18,7% | 50,7% | 20% |
| Купальники | 0,7% | 2% | 12,6% | 84,7% |
| Спортивний одяг | 4,7% | 21,3% | 42% | 32% |
| Постільна білизна | 0,7% | 5,3% | 16% | 78% |
| Взуття | 1,3% | 16,7% | 32,7% | 49,3% |
| Штори, покривала | 0,7% | 7,3% | 24,7% | 67,3% |
| Одяг для дому | 6,7% | 19,3% | 46% | 28% |
| Акcesуари | 0,7% | 8,7% | 34,6% | 56% |

Цікавим, на нашу думку, видається таке: свою належність до середнього класу озвучило загалом 86,7%: до середнього нижчого класу — 50,7%, до середнього класу — 36% опитаних. Ці дані не корелюють із загальноукраїнськими опитуваннями та офіційними статистичними даними. Тобто рівень і якість життя оцінюються населенням крізь призму суб'єктивного бачення свого стану, своїх відчуттів, настроїв, можливо — емоцій та ситуативності. Варто звернути увагу, що загалом повну вищу освіту та учений ступінь і звання мали 86%: повну вищу освіту (спеціаліст, магістр) — 66,7%, учений ступінь, звання — 19,3%. Із цього можна зробити висновок про чітку кореляцію вищої освіти (86%) і самовідчуття належності до середнього класу (86,7%).

Щодо аналізу споживання за окремим сегментом — торгівля вживаними речами, то результати проведеного нами опитування показали, що здебільшого причиною споживання вживаних речей є відносно невисока їхня ціна, вища якість виробів, унікальність речей та їхня "брендовість". Існує незначна залежність між зростанням рівня доходів і зниженням споживання вживаних речей: за умови зростання доходів більша половина (майже 60%) респондентів не відмовляється від споживання цих речей.

Вважаємо, що у руслі післявоєнної економічної і соціальної політики необхідне буде комплексне вирішення проблем, пов'язаних з рівнем і якістю життя населення України у сторону їх підвищення на загальнодержавному рівні, оскільки довоєнна офіційна статистика і міжнародні рейтинги демонстрували низьку купівельну спроможність українців щодо споживання непродовольчих груп товарів, освіти, охорони здоров'я тощо через неви-

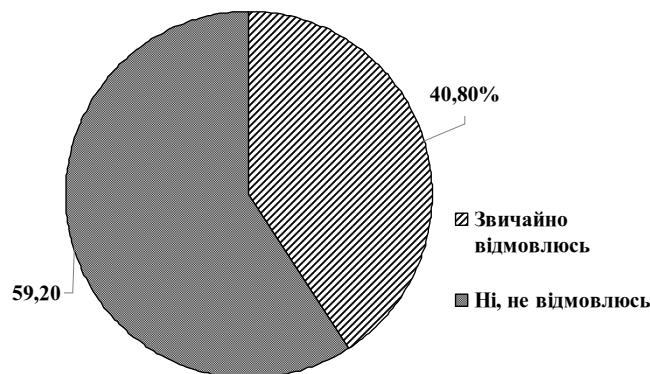


Рис. 3. Відповіді на питання "Якщо Ваш рівень доходів зросте, чи відмовитесь Ви від споживання вживаних речей"

сокий рівень життя, подальше поглиблення поляризації суспільства. Війна лише посилить усі негативні прояви завданих збитків економіці та соціальній сфері України.

Література:

1. Економіка домогосподарства: навч.-метод. посіб. для організ. практик. занять та самоств. роботи студентів з навчальної дисципліни (для студентів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання) / Уклад. Т. А. Непокупна. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. 70 с. <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/17619?mode=full>
2. Veblen, Thorstein. The Theory of the Leisure Class. URL: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/833/pg833-images.html>
3. John Maynard Keynes. The General Theory of Employment, Interest, and Money. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/125515/1366_KeynesTheoryofEmployment.pdf
4. Євтушевська О. В. Основні види споживання та його вплив на природно-ресурсний потенціал. Ефективна економіка № 11, 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3496>
5. Григорчук Т. В. Маркетинг. Ун-т "Україна", 2007. URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-3/3-1-sutnist-ta-osoblivosti-spozivcoie-povedinki>
6. Черенько Л. М. Оцінка впливу макроекономічного розвитку на рівень життя населення України. Вісник технологічного університету Поділля. 2003. № 2 (4). С. 79—82.
7. Демографічна криза в Україні: причини та наслідки (колективна монографія) / за ред. С. І. Пирожкова. К.: Державний комітет статистики України, 2003. 231 с.
8. Черенько Л. М. Модель рівня життя в умовах соціально-економічної нестабільності: монографія. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2021. 423 с.
9. Libanova E., Osaulenko O., Cherenko L. Assessment of Quality of Life in Ukraine on the Basis of Subjective Indicators of Well-being: monograph. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2020. 361 p.
10. Доходи та умови життя. Статистичний збірник URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/17/Arch_sdrd_zb.htm
11. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Непокупна Т., Сухорада В. Причини споживання вживаних речей в Україні (за результатами опитування населення Полтавської області). Правові, економічні та соціокультурні засади регулювання суспільних відносин: сучасні реалії та виклики часу: збірник матеріалів III Всеукр. наук.-практик. конф., 7—8 грудня 2021 р. / Полт. ін-т економіки і права ЗВО "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна"; голов. ред. Р. Басенко. Полтава: ПІЕП, 2021. С. 345—350.
13. Наказненко Т. У серпні на Полтавщині середня зарплата становила понад 13 тис. грн — управління статистики. URL: <https://poltavske.tv/news/72e366d8-f2e2-4881-a7d6-c9d20b73eca9>

References:

1. Nepochupna, T.A. (2021), Ekonomika domohospodarstva: navch.-metod. posib. dlia orhaniz. prakt. zaniat'

ta samost. roboty studentiv z navchal'noi dystsypliny [Household economy], PNPU imeni V. H. Korolenka, Poltava, Ukraine, available at: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/17619?mode=full> (Accessed 10 Dec 2022).

2. Thorstein, V. (1997), "The Theory of the Leisure Class", available at: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/833/pg833-images.html> (Accessed 10 Dec 2022).
3. Keynes, J.M. (1936), "The General Theory of Employment, Interest, and Money", available at: https://www.files.ethz.ch/isn/125515/1366_KeynesTheoryofEmployment.pdf (Accessed 10 Dec 2022).
4. Yevtushevs'ka, O.V. (2014), "Main types of consumption and its impact on an ecological potential", Efektyvna ekonomika, vol. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3496> (Accessed 10 Dec 2022).
5. Hryhorchuk T.V. (2007), Marketynh [Marketing], Un-t "Ukraina", Kyiv, Ukraine, available at: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-3/3-1-sutnist-ta-osoblivosti-spozivcoie-povedinki> (Accessed 10 Dec 2022).
6. Cheren'ko, L.M. (2003), "Assessment of the impact of macroeconomic development on the standard of living of the population of Ukraine", Visnyk tekhnolohichnoho universytetu Podillia, vol. 2 (4), pp. 79—82.
7. Pyrozhkova, S.I. (2003), Demografichna kryza v Ukraini: prychny ta naslidky [Demographic crisis in Ukraine: causes and consequences], Derzhavnyy komitet statystyky Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
8. Cheren'ko, L.M. (2021), Model' rivnia zhyttia v umovakh sotsial'no-ekonomichnoi nestabil'nosti [Model of the standard of living in conditions of socio-economic instability], Instytut demografii ta sotsial'nykh doslidzhen' imeni M.V. Ptukhy NAN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
9. Libanova, E. Osaulenko, O. and Cherenko, L. (2020), Assessment of Quality of Life in Ukraine on the Basis of Subjective Indicators of Well-being, RS Global Sp. z O.O., Warsaw, Poland.
10. State Statistics Service of Ukraine (2022), "Income and living conditions", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/17/Arch_sdrd_zb.htm (Accessed 10 Dec 2022).
11. State Statistics Service of Ukraine (2022), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 10 Dec 2022).
12. Nepochupna, T. and Sukhorada, V. (2021), "Reasons for the consumption of second-hand goods in Ukraine (according to the results of a survey of the population of the Poltava region)", Pravovi, ekonomichni ta sotsiokul'turni zasady rehuliuвання suspil'nykh vidnosyn: suchasni realii ta vyklyky chasu: zbirnyk materialiv III Vseukr. nauk.-prakt. konf. [Legal, economic and socio-cultural principles of regulation of social relations: modern realities and challenges of the time: a collection of materials of the 3rd All-Ukrainian Scientific and Practical Conference], 7—8 hrudnia r. / Polt. in-t ekonomiky i prava ZVO "Vidkrytyj mizhnarodnyj universytet rozvytku liudyny "Ukraina", Poltava Kyiv, pp. 345—350.
13. Nakaznenko, T. (2021), "In August, the average salary in Poltava Oblast was more than UAH 13,000 — Statistics Department", available at: <https://poltavske.tv/news/72e366d8-f2e2-4881-a7d6-c9d20b73eca9> (Accessed 10 Dec 2022).

Стаття надійшла до редакції 17.12.2022 р.