

МОДЕЛІ СПОЖИВЧИХ НАСТРОЇВ НАСЕЛЕННЯ КРАЇН

Тараненко І.В., Яременко С.С., 2018

Споживча поведінка суттєво визначає особливості розвитку національних економік країн світу. Це підтверджують дані щодо частки споживчих витрат домогосподарств у ВВП. У країнах з високим рівнем доходу така частка в 2016 р. склала 59,84%, в т.ч. в США 68,84%, в країнах євросони 55,11%, в Японії 55,73%. Зі скороченням рівня доходу країн частка споживчих витрат домогосподарств у ВВП зростає. Так, в країнах з рівнем доходу нижчим за середній, споживчими витратами обумовлено 64,82%, а в країнах з низьким рівнем доходу – 77,8% ВВП [1].

Індекс споживчих настроїв (ІСН) є одним з найважливіших показників, що дозволяє оцінити думку населення щодо поточного і майбутнього стану економіки та визначити рівень споживчої впевненості, який населення висловлює через своє споживання і заощадження. Також названий індекс дає уявлення про те, в якій мірі споживачі відчувають бажання витратити гроші, отже дозволяє спрогнозувати споживацьку поведінку і відповідно – економічне зростання у короткостроковому періоді. Усвідомлення характеру зв'язку між індексом споживчих настроїв та ВВП країни дозволяє обрати більш ефективні інструменти стимулювання споживацького попиту і споживчих витрат домогосподарств у конкретній країні в певний період часу.

Дослідження споживчих настроїв в Україні проводить дослідницька компанія GfK Ukraine. Індекс споживчих настроїв визначають на підставі вибіркового обстеження домашніх господарств країни, за міжнародною методикою [2]. Респондентам задають питання щодо змін матеріального становища сім'ї, очікуваного стану економіки, намірів робити великі покупки для дому.

Індекс дорівнює 100, коли частка позитивних і негативних оцінок однакова. Зниження індексу нижче 100 означає переважання негативних оцінок. Вищі за 100 значення індексу свідчать про позитивну оцінку економічної ситуації більшою частиною населення.

Дослідження показало, що лише в докризовому 2007 р. значення індексу споживчих настроїв в Україні перевищило 100 і склало 100,2. Тобто дещо більше половини респондентів в 2007 р. позитивно оцінили економічну ситуацію та виявили велике бажання до здійснення покупок.

В 2017 р. ІСН був значно нижчим за 2007 р. (100,2 п. і 58,3 п. відповідно), загальний напрям тренду – спадний. Щомісячні індекси споживчих настроїв у 2011-2018 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1. Індекс споживчих настроїв в Україні у 2011-2018 рр.

Місяць	Роки / індекс споживчих настроїв							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Січень	75,1	82,5	84,9	72,5	45,8	50,2	53,7	59,6
Лютий	68,2	76,7	83,7	64,6	41,1	54,1	56,2	55,4
Березень	61,8	77,6	81,3	67,8	41,8	50,6	55,5	57,6
Квітень	67,8	81,1	86,4	61,0	41,1	49,1	54,9	61,3
Травень	73,9	85,2	83,2	60,7	45,6	50,3	58,0	62,9
Червень	76,1	84,1	82,7	68,4	48,8	52,7	59,4	65,6
Липень	73,6	81,1	89,1	65,1	43,2	50,1	58,5	61,8
Серпень	81,4	86,7	87,7	54,7	46,9	53,7	58,6	60,3
Вересень	74,7	81,8	80,5	53,8	47,0	50,1	59,0	н/д
Жовтень	78,6	82,5	84,0	54,3	47,9	51,6	62,6	н/д
Листопад	74,3	83,7	85,5	53,4	50,0	47,4	62,3	н/д
Грудень	75,3	85,1	80,3	52,6	53,1	57,1	60,3	н/д
Середнє за рік:	73,4	82,3	84,1	60,7	46,0	51,4	58,3	н/д

Складено за [2].

Результати дослідження свідчать про те, що в 2014 р. індекс почав стрімко скорочуватись і досяг найнижчих значень в лютому-квітні 2015 р. Протягом 2016-2017 рр. індекс тримався на рівні 50-62 пп. В 2018 р. спостерігається позитивна динаміка індексу, яка втім залишається вкрай нестійкою, тому оптимістичні висновки робити передчасно.

При дослідженні зв'язку між індексом споживчих настроїв населення і темпами приросту ВВП для трьох країн: США, ЄС та України, методом кореляційно-регресійного аналізу, виявлено більш сильний зв'язок між індексом споживчих настроїв і темпами зростання ВВП ЄС порівняно з США та Україною [3]. Шляхом узагальнення результатів дослідження визначено такі моделі споживчих настроїв для названих країн: США – модель «помірного споживацького оптимізму»; ЄС – модель «слабкого споживацького песимізму»; України – модель «сильного споживацького песимізму». Автори пояснюють різні моделі споживчих настроїв відмінностями споживацької поведінки, використовуючи соціокультурну класифікацію Г. Хофстеде [4], та довгостроковими трендами економічного зростання.

США притаманний нижчий за середній ступінь уникнення невизначеності за Г. Хофстеде, на рівні 46 пп. [4]. Це обумовлює досить значну імпульсивність та ризикованість купівельної поведінки. В умовах висхідного тренду темпів приросту ВВП протягом 2007-2017 рр. з незначною волатильністю, в США сформувався висхідний тренд ІСН, та модель споживчих настроїв «помірний споживацький оптимізм».

Населенню більшості країн ЄС притаманний вищий за середній та високий ступінь уникнення невизначеності за Г. Хофстеде, 60-100 пп. [4]. Це обумовлює відповідність реальної купівельної поведінки, а отже – споживчих витрат домогосподарств, виявленим під час опитування споживчим настроям. Високому ступеню уникнення невизначеності в умовах помірної економічної нестабільності відповідає помірно спадний тренд ІСН і модель споживчих настроїв «слабкий споживацький песимізм».

Населенню України притаманний високий ступінь уникнення невизначеності за Г. Хофстеде, який становить 95 пп. [4]. Що в умовах значної економічної нестабільності формує модель споживчих настроїв «сильний споживацький песимізм».

Споживацький песимізм населення України, обумовлений соціокультурними особливостями, посиленням соціально-економічної і політичної нестабільності, нерозвиненістю кредитно-фінансової інфраструктури та низьким рівнем доходів, суттєво гальмує економічне зростання. Для подолання такої тенденції необхідний комплекс заходів на макро- та мікрорівнях, який забезпечить поступову зміну моделі споживчих настроїв і завдасть позитивного впливу на споживання і відповідно – на динаміку ВВП. Визначення моделей споживчих настроїв США, ЄС та України дозволяє обґрунтувати підходи до розробки заходів, спрямованих на підвищення споживацького попиту.

1. *World Development Indicators. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/products/wdi#archives>*
2. *GfK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gfk.com/uk-ua/>*
3. *Тараненко І.В., Шевченко В.М., Селезньова О.Ю. Динаміка індексу споживчих настроїв населення в контексті економічного зростання країн / Академічний огляд. – 2018. – №1. – С. 38-52.*
4. *Hofstede Insights. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>*