

УДК 330.567.25:316.334.55
© 2015

Македон Г. М., аспірант

(науковий керівник – доктор економічних наук, професор М. П. Талавиця)

Національний університет біоресурсів і природокористування України

СПОЖИВЧІ НАСТРОЇ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ: АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ ФАКТОРІВ

Рецензент – доктор економічних наук О. Ю. Єрмаков

Зосереджено увагу на впливі поведінки населення на економіку держави. Досліджено методику розрахунку індексу споживчих настроїв (ІСН). Проаналізовано динаміку ІСН сільського населення України за останній рік. Визначено, що сільські домогосподарства менш чутливі до політичних змін та загострення конфлікту на Сході України, оскільки їх ІСН є вищим за показники міських жителів. Порівняно вітчизняні показники з аналогічними даними зарубіжних країн. Встановлено, що найвищою споживча довіра є в країнах Азії. Рекомендовано перейняти досвід цих держав для підвищення споживчих настроїв населення України.

Ключові слова: *індекс споживчих настроїв, споживчий ринок, психологічні фактори, соціальні фактори, суспільне благо, сільське населення, вікова категорія.*

Постановка проблеми. Населення держави є одним з найважливіших суб'єктів ринкової економіки, оскільки одночасно виступає споживачем і виробником суспільних благ. У свою чергу сільські домогосподарства складають близько третини населення України, тому їхній вплив є досить вагомим на макrorівні. Крім того, розвиток споживчої поведінки сільських жителів має цілу низку відмінностей, викликаних економічними, соціальними і культурними особливостями сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми. Основоположниками аналізу впливу психології населення на економіку держави вважають Дж. Катона, Г. Тарда, Д. Канемана, А. Тверські. Питаннями економічної поведінки домогосподарств, соціальними умовами населення, зокрема сільського, продовжують займатися і сучасні науковці, серед яких можна виділити А. Костомарову [3], Д. Тюпа [6], Т. Булах [1], І. Дементьеву [2] та інших. Дослідженням споживчих настроїв домогосподарств в ринкових умовах займаються Ahmed Shahriar Ferdous, Batul Towfique [8], Sarah Gelper, Aurelie Lemmens, Christophe Croch [10]. Питання споживчої поведінки саме сіль-

ського населення і його вплив на вітчизняну економіку потребує більш детального дослідження.

Мета дослідження – дослідити динаміку індексу споживчих настроїв сільського населення України та співставити його з даними країн із розвинутою ринковою економікою.

Завданням дослідження є аналіз основних факторів, що визначають споживчу поведінку домогосподарств сільської місцевості.

Матеріали та методи дослідження. Матеріалами є наукові праці зарубіжних та вітчизняних науковців, результати соціологічних опитувань та статистична інформація.

У ході дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, зокрема: узагальнення та систематизація, економічний аналіз, метод порівняння та статистичні методи.

Результати дослідження. Споживча поведінка населення залежить від безлічі факторів, тому її вивчення потребує інтегрального підходу. В економічній теорії, починаючи з ХХ ст., науковці приділяли увагу психологічним чинникам. Першим, хто виступив з даною ідеєю був Г. Тард. Однак родоначальником психологічної економіки вважають Дж. Катона.

На думку Дж. Катона, взаємозв'язок психології людей та економіки полягав у тому, що самі економічні процеси, які вважалися об'єктивними, були багато в чому схильні до впливу суб'єктивних поглядів населення на стан економіки. В цілому стан деякої невизначеності є характерною рисою економічної системи, оскільки ніхто не може абсолютно достовірно передбачити напрям економічних процесів. У той же час люди повинні постійно приймати конкретні рішення з приводу свого споживання і заощадження. Висновок Дж. Катона полягав у тому, що очікування населення і суспільна думка значно впливають на економічні процеси. Так, якщо велика група людей одночасно змінить свою поведінку, прийнявши рішення зберегти кошти або, навпаки, витратити їх, психологічні чинники можуть повернути течію бізнес-циклу, впливаючи таким

чином на макроекономічні процеси. Важливим досягненням ученого став розроблений у 1950-ті роки групою дослідників Мічиганського Університету під його керівництвом інструмент виміру психологічних змінних – Індекс Споживчих Настроїв (ICN), або Index of Consumer Sentiment (ICS). Ця розробка поклала кінець сприйняття психологічних факторів, як елементів безладу в економічних моделях. [2]

Індекс споживчих настроїв (ICN) є провідним показником оцінки тенденцій на споживчому ринку, який використовують у всьому світі. Цей показник є прогнозним індикатором потенційної зміни споживчого попиту в наступних періодах.

В Україні дослідженням ICN займається GfK Ukraine (Товариство споживчих досліджень) – українська дослідницька компанія, що входить до мережі GfK Group [11].

Для визначення ICN респондентам задають такі запитання:

1. Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців?
2. Як, на вашу думку, зміниться матеріальне становище вашої сім'ї упродовж наступних шести місяців?
3. Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни сприятливим чи несприятливим часом?
4. Як ви охарактеризували б наступні п'ять років – як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни?
5. Як ви гадаєте, тепер загалом сприятливий чи несприятливий час робити великі покупки для дому? [11].

Значення індексу може змінюватися в межах від 0 до 200. Значення дорівнює 200 в тому разі, якщо всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Індекс дорівнює 100 тоді, коли частки позитивних і негативних оцінок однакові. Значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки [11].

Якщо розглядати ICN за віковими категоріями, то в Україні вже традиційно найоптимістичнішими є наймолодші (16–30 років), найгірші споживчі настрої у найстаршій групі (60 років і старше). А у віковій структурі сільського населення переважає саме ця вікова категорія. Тому з розширенням вікового цензу респондентів (включення з червня 2014 року осіб віком старше за 60 років) середні значення індексів стали трохи нижчими [11].

Починаючи з січня 2014 року, через політичну нестабільність та невпевненість у майбутньому значення індексу різко впали серед населення України, в тому числі і серед сільських жителів. І хоча, традиційно, селяни менш чутливі до політичних негараздів, та ситуація в Україні вже вийшла за межі політичних, а є соціальною катастрофою.

Переломним моментом у значеннях ICN став січень-лютий 2014 року. У селян він навіть підвищився, порівнюючи з січнем на 3 позиції, а у місті впав на 19 позицій і сягнув рекордно низького значення після економічної кризи 2009 року. Якщо в липні спостерігаємо різкий стрибок вгору, то в серпні ICN зазнав падіння на 10 пунктів на фоні загострення військових дій на Донбасі, руйнації промислової інфраструктури регіону та девальвації гривні (рис. 2).

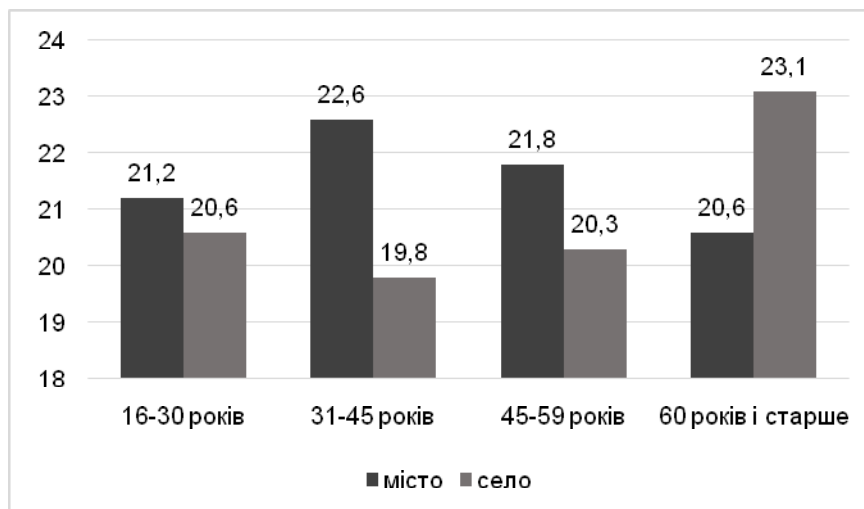


Рис. 1. Вікова структура населення.

Примітка. Сформовано за даними Державного комітету статистики [7].

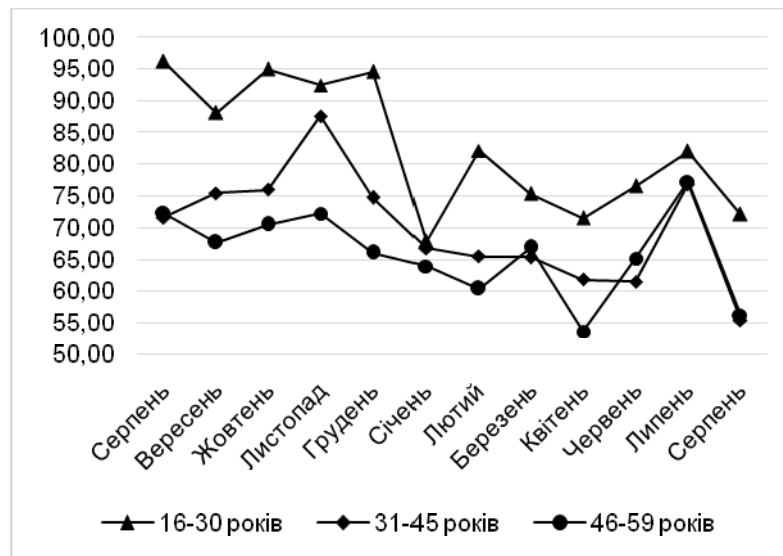


Рис 2. Індекс споживчих настроїв сільського населення 2013–2014 рр.

Примітка. Інформація надана GFK Ukraine [11].

Загалом протягом останніх шести місяців споживчі настрої міських жителів є песимістичнішими за селян. Зміна влади в Україні в результаті силового протистояння очікувано призвела до погіршення споживчих настроїв. Вона особливо сильно позначилася на попиті на товари тривалого користування. Водночас багатьом громадянам ця зміна дала надії на краще майбутнє після нинішнього складного періоду і зокрема в сільського населення відбулося поліпшення.

Найсильніше падіння в цей період спостерігалося у населення віком до 30 років. Якщо показники ІСН у 2013 році у цій групі були найвищими, то в період початку акцій протесту в столиці (січень 2014 року) вони впали на рекордну кількість пунктів (27) до 67. Однак зміна влади в результаті силового протистояння призвела до підвищення споживчих настроїв знову ж таки найбільше серед молоді [9].

Найменшою мірою споживчі настрої погіршувалися в громадян з низькими доходами. А сукупні доходи сільського домогосподарства в середньому становлять лише 86 % міського. У більш заможних громадян, а також у великих містах негативна динаміка була виражена більш суттєво.

Тобто до загострення всіх соціо-політичних процесів у державі, ІСН сільського населення традиційно був нижчим серед сільського населення. Та, починаючи з лютого 2014 року, індекс серед опитаних селян став вищим. Тобто селяни є менш чутливими до всіх економічних і політичних катаклізм. Значення ІСН в серпні для міського населення впало до 47, тобто на 40 по-

зицій від жовтня 2013, а для сільського – на 19.

Сільські домогосподарства є не лише споживачами товарів і послуг, а й потужними виробниками сільськогосподарської продукції в Україні [5].

Так, зокрема у 2013 році у структурі рослинництва господарства населення були лідерами по виробництву картоплі (97,0 %), овочів (88,3 %), плодів та ягід (80,6 %). А в тваринництві перевага сільськогосподарським підприємствам належить лише у вирощуванні птиці (57,4 %) та рівними є показники у свинарстві (49,0 %) [5]. Тобто через наявність підсобних господарств селяни мають більшу впевненість принаймні у своїй продовольчій безпеці, в тому, що вони зможуть прогодувати свою родину.

Переважаючі натуральні заощадження, роблять їх менш чутливими до валютних коливань та будь-яких змін на фінансових ринках. Сільські домогосподарства менш психологічно і економічно залежні від грошових доходів (частка грошових доходів у сукупній структурі у селян складає 85,5 %, в той час як у міських домогосподарств – 94 %). Окрім того, період березень–серпень є періодом сільськогосподарської активності, тому в психологічному плані щоденна увага селян прикута до своїх господарств у першу чергу [3].

Окрім того, не дивлячись на швидкість інформатизації українського суспільства, для жителів сіл інформація є менш доступною: невисокий відсоток інтернет-користувачів, відсутність у більшості супутникового і кабельного ТБ, навіть слабкий сигнал мобільних операторів.

Індекс споживчих настроїв

	США	Україна	Китай	Польща	Ізраїль	Японія
Жовтень 2013	77,5	84,0	102,9	75,7	75,57	95,4
Листопад 2013	73,2	85,5	98,9	77,3	71,38	91,2
Грудень 2013	75,1	80,3	102,3	77	71,55	92,5
Січень 2014	82,5	72,5	101,1	79,8	70,74	91,3
Лютий 2014	81,2	64,6	103,1	79,9	73,52	90,5
Березень 2014	81,6	67,8	107,9	79	73,82	88,3
Квітень 2014	80	60,7	104,8	81,9	78,43	87,5
Травень 2014	84,1		102,3	83	77,54	87
Червень 2014	81,9	66,1	104,7	84,6	75,55	89,3
Липень 2014	82,5	65,1	104,4	82,9	73,26	91,1

Примітка. Сформовано автором за даними сайту Економіка і торгівля [12].

Селянин розуміє весь негатив ситуації, що склалася в державі. Та він знає, що його добробут залежить, у першу чергу, від того, як він попрацює у період з березня по вересень.

У селі значно гірше розвинута розважальна і торгівельна мережа. Це стосується всіх без винятку сільських територій нашої держави. Протягом 1995–2011 рр. відбулося значне скорочення об'єктів роздрібної торгівлі. Кількість магазинів роздрібної торгівлі у сільській місцевості зменшилася з 1990 р. до 2011 р. у 3,7 разів, об'єктів торгівлі напівстаціонарних – в 1,2 рази. Понад половина сіл взагалі не мають магазинів, деякі з них обслуговуються заїжджими автолавками, а в решті сіл – населення змушене скуповуватись у сусідніх селах. І хоча вважається, що доступність торгівельних закладів повинна відповідати пішохідній доступності 2–3 км, у сільській місцевості України радіус доступності магазинів у середньому становить 3,5 км. Найгірша ситуація у Миколаївській (4,85 км), Сумській (4,48 км) та Чернігівській (4,57 км) областях [1].

Розглянемо динаміку ІСН в країнах з розвинутою ринковою економікою. Для цього візьмемо держави з різними частками сільського населення: Китай – 47 %, Польща – 39 %, Україна – 31 %, США – 17 %, Ізраїль і Японія – 8 % [13].

Якщо говорити про світові показники, то найкращі споживчі настрої притаманні країнам Азії (Індія, Індонезія, Філіппіни, Китай). Тобто, соціально-політична стабільність цих держав прямо відображається у впевненості їхнього населення

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Булах Т. М. Сфера торгівлі й ресторанного господарства у сільській місцевості України: стан, проблеми та перспективи розвитку / Т. М. Булах // Економіка розвитку. – 2013. – №1 (65). – С. 38–42.
2. Дементьева И. Н. Потребительские настро-

в своїй купівельній спроможності в майбутньому. У той час як для більшості країн Європи значення ІСН є чи не наполовину нижчими (Португалія, Італія, Греція, Угорщина). Тобто, як бачимо, негативні оцінки економіки держави (значення ІСН менше 100) є характерним для більшості країн світу [12]. Однак Україна в даному рейтингу останні півроку займає одні з найнижчих позицій. І, зважаючи на відсутність впевненості в майбутньому, поки не починає їх зміцнювати. А якщо ІСН і підвищується, то не зафіксує це зростання.

Висновок. Отже, споживча поведінка населення впливає на розвиток економіки. Вплив сільського населення є важливим на макрорівні, оскільки становить третину населення держави.

Основною відмінністю домогосподарств сільського населення є наявність підсобних господарств, за допомогою яких вони перетворюються у потужних сільгоспвиробників.

Крім того, нижчі грошові доходи, наявність натуральних заощаджень і слабкий розвиток сільської інфраструктури – всі ці фактори спричинили менше падіння індексу споживчих настроїв порівняно з міськими.

Тобто, сільське населення виявилось менш чутливим до політичних та економічних негараздів в Україні. Та все одно, українській владі для підвищення рівня впевненості населення в державі необхідно приймати до уваги досвід азіатських країн, де ІСН є найвищим.

енія населення в умовах політичних перемін / И. Н. Дементьева // Проблемы развития территории. – 2013. – №.1 (63). – С. 85–97.

3. Костомарова А. В. Сбережения населения как потенциальный источник финансирования модернизации в России / А. В. Костомарова //

СТОРІНКА МОЛОДОГО ВЧЕНОГО

- Вестник МГИМО. – 2011. – №1 (16). – С. 12–18.
4. *Ксьонжик І. В.* Економічна активність сільського населення України / І. В. Ксьонжик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №12 (150). – С. 153–159.
5. Сільське господарство України. Статистичний збірник. – К., 2014. – 390 с.
6. *Тюпа Д. И.* Экономические теории финансового поведения домохозяйств и экономический кризис в Украине / Д. И. Тюпа // Бизнес Информ. – 2011. – №1. – С. 4–7.
7. Україна у цифрах 2013. Статистичний збірник. – К., 2014. – 239 с.
8. *Ahmed Shahriar Ferdous, Batul Towfique* Consumer sentiment towards marketing in Bangladesh. The relationship between attitudes to marketing, satisfaction and regulation // Marketing Intelligence & Planning. – 2008. – Vol. 26 Iss. 5. – P. 481–495.
9. *Katona G.* Psychological Analysis of Economic Behavior / G. Katona. – NY. : McGraw-Hill. – 1951. – 360 p.
10. *Gelper Sarah, Lemmens Aurelie, Croux Christophe* Consumer sentiment and consumer spending decomposing the Granger causal relationship in the time domain / Sarah Gelper, Aurelie Lemmens, Christophe Croux // Applied Economics. – 2007. – Vol. 39, Iss. 1. – P. 1–11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00036840500427791>.
11. <http://www.gfk.com>.
12. <http://www.tradingeconomics.com>.
13. <http://www.worldbank.org>.