



УДК [339.9 : 64.03] "20"

**Пекун М.**, канд. техн. наук

викладач Коледжу економіки і соціальних наук

Варшавського технологічного університету, м. Плоцьк, Польща

## МІЖКРАЇННІ ПОРІВНЯННЯ СПОЖИВАННЯ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ НА ПОЧАТКУ ХХІ ст.

*На основі застосування кластерного аналізу визначено групи європейських та інших країн за темпами і структурою споживчих витрат і за видами товарів та послуг; узагальнено специфічні особливості та тенденції у споживанні для країн із кожного виділеного кластера; обґрунтовано перспективні напрями розвитку споживчого ринку країн Європи в умовах глобалізації, зокрема ринку, зорієнтованого на задоволення перспективних потреб домашніх господарств Польщі та України у сучасних товарах тривалого користування, засобах комунікації та зв'язку, послугах; акцентовано увагу на поведінці споживачів в умовах розвитку сучасних тенденцій на споживчих ринках європейських країн.*

*К л ю ч о в і с л о в а : домашнє господарство, кластерний аналіз, споживчі витрати, тенденції та структура споживчих витрат, споживчий ринок, глобалізація споживчих потреб, перспективи розвитку споживчих потреб.*

На споживання в домашніх господарствах впливає багато факторів економічного, соціального, демографічного, екологічного характеру. Функціонування побуту домашніх господарств пов'язане із задоволенням зростаючих потреб його членів. Потреба – то стан, коли чогось бракує, що зумовлює дії щодо ліквідації такого стану. Задоволення багатьох потреб відбувається через ринок. Щоб залишитися на ринку, підприємства змушені налаштовуватись на потреби споживачів. Зокрема, враховувати нові напрями і тенденції споживання. Зміни на споживчому ринку є чинником, що прискорює розвиток бізнесу, в цій ситуації підприємці повинні коригувати свої стратегії на ринку та підтримувати його розвиток. Спостерігаючи за рівнем і структурою витрат домашніх господарств (ДГ) у різних країнах, можна зазначити, що між витратами ДГ є значна різниця. З соціально-економічним розвитком структура споживання домогосподарств у бідних країнах наближається до структури споживання в багатших країнах. Дослідник сімейних бюджетів Ернст Енгель ще у ХІХ ст. вказав на певні закономірності у споживанні. По-перше, довів, що зі збільшенням доходу зростає загальний рівень витрат і споживання. По-друге, – що темпи зростання витрат на продукти харчування після певного рівня залишаються нижчими, ніж на непродовольчі товари, послуги, в результаті для більшості багатших домогосподарств частка витрат на продукти харчування у витратах домашніх господарств стає нижчою, але водночас

зростає частка витрат, пов'язаних із витратами на освіту, відпочинок, охорону здоров'я, а також на сучасні товари тривалого користування, що забезпечують комфортні умови життя та економію часу в побуті.

**Мета, сфера застосування та методологія дослідження.** Метою статті є аналіз, оцінка рівнів і структури споживання домашніх господарств для окремо вибраних країн і визначення сучасних перспективних тенденцій у споживанні.

Для аналізу використано дані статистичних управлінь Німеччини, Польщі та України, а також Євростату. Через відсутність єдиної методики управління даними не всі дані можна було зіставити.

Для визначення аналогічних тенденцій та відмінностей у споживчих витратах окремих країн було використано метод кластерного аналізу Уорда. Цей ієрархічний метод групування не вимагає попереднього введення числа кластерів. На початку процедури передбачено, що кожна одиниця (об'єкт) являє собою окреме угруповання, що потім, крок за кроком, об'єднуються в групи об'єктів, найбільш близьких один до одного, аж до отримання об'єданого кластеру, що містить декілька груп зі всіма спостережуваними об'єктами.

Метод кластерного аналізу Уорда вважається ефективнішим, оскільки забезпечує однорідність об'єктів усередині кожного кластера та їхню неоднорідність між кластерами. За першою класифікацією, що стосується рівня споживчих витрат, використано десять змінних, що характеризують рівень споживчих витрат на особу за 2001–2011 рр. За другою моделлю використано дванадцять змінних, що характеризують структуру витрат домашніх господарств. Статистичний структурний аналіз споживчих витрат виконано з використанням програмного забезпечення Statistica і Excel 10 [1, с. 43].

**Рівень і структура споживчих витрат домашніх господарств.** Споживання є результатом людської діяльності, що полягає в задоволенні зростаючих потреб людини в продуктах харчування, непродовольчих товарах і послугах. Вирізняється приватне і державне споживання. Приватне споживання є споживанням товарів, придбаних за рахунок власних коштів особи або сім'ї. Суспільне споживання фінансується за рахунок суспільних коштів через державний бюджет, соціальні фонди роботодавців тощо. За нашими припущеннями, суб'єктами споживання є людина (споживач) і домашнє господарство. Суб'єкт споживання споживає продукти харчування, задовольняє свої потреби у послугах і товарах широкого вжитку і тривалого користування, що є задоволенням потреб вищого порядку [2, с. 158].

Узагальнюючим економічним поняттям є домашнє господарство, тобто окрема особа або група осіб, які пов'язані або не пов'язані родинними чи іншими зв'язками, але проживають разом [3, с. 18], мають економічну базу для споживання [4, с. 16–17]. Želazna [5, с. 19] і Gutkowska [6, с. 19–20] визначають домогосподарство як соціально-економічну систему зі своєю особистою і матеріальною структурою. Споживання домашнього господарства залежить від людського фактора, тобто особи або кількості осіб, які живуть разом; від узгодження своїх доходів з прагненнями і потребами; матеріальних факторів

(основних фондів, майна), від соціально-економічних чинників діяльності, зокрема від організації побуту, від формування зв'язків між домогосподарством і національною економікою в процесах споживання.

Об'єктом дослідження є витрати домашніх господарств на приватне споживання, їхня структура в окремих країнах.

Серед аналізованих країн найбільший рівень витрат на особисте споживання у 2011 р. становив у Люксембурзі – 27,5 тис. євро на особу, на другому місці Данія – майже 21 тис. євро. Найменший рівень споживчих витрат в Угорщині – близько 5,3 тис. євро на особу, тоді як у Польщі, Естонії, Латвії та Литві – близько 6 тис. євро на особу. Середні витрати на особисте споживання домашніх господарств у країнах ЄС-27 становили близько 14 600 євро, в Японії – 19 900 та в США – 24700 євро на особу [7, с. 57].

Перше десятиліття XXI ст. почалося з підвищення темпів економічного зростання. В усіх країнах ЄС збільшувалися абсолютні витрати на споживання домашніх господарств [7, с. 57]. Валовий світовий продукт у 2001–2003 рр. збільшився в цілому на 9,6%. Прискорення економічного зростання спостерігалось і в наступному трирічному періоді аж до кризи [8, с. 118–119]. Перші ознаки кризи позначилися зниженням у 2008 р. споживчих витрат сімей у Великій Британії та Швеції (табл. 1). Порівняно з 2007 р. у 2008 р. абсолютне скорочення споживчих витрат у Великій Британії становило понад 2,8 тис. євро на особу, у Швеції – понад 280 євро. Криза виявлялася у зниженні споживчих витрат більшості європейських домогосподарств і в 2009 р. У цьому році порівняно з 2008 р. споживчі витрати домашніх господарств знизилися з 125 євро на особу в Чеській Республіці до 2,4 тис. євро у Великій Британії. Зниження абсолютних витрат на споживання домашніх господарств у 2009 р. не спостерігалось тільки в Німеччині, Австрії, Люксембурзі, Мальті та Словаччині. У 2010 р. порівняно з 2008 р. у всіх зазначених країнах відбулося абсолютне збільшення витрат на споживання домашніх господарств, зокрема, від мінімального значення 4 євро на особу в Словаччині до майже 2,5 тис. євро на особу в Швеції. У 2011 р. відбувалося подальше збільшення споживчих витрат у зазначених європейських країнах, за винятком Греції, де абсолютний рівень споживчих витрат знизився порівняно з 2010 р. майже на 630 євро на особу. В Японії з початку першого десятиліття XXI ст. спостерігалось систематичне зниження споживчих витрат домашніх господарств. Якщо у 2001 р. в середньому на особу там припадало 21 тис. євро, то в 2007 р. – трохи більше 14 тис. євро на особу. З 2008 р. спостерігалось зростання споживчих витрат в Японії. Аналогічні тенденції на початку XXI ст. мали місце в США: в 2001 р. середні споживчі витрати на особу становили тут майже 28 тис. євро, у 2008 р. – понад 22,4 тис. євро, а в 2011 р. – 24,7 тис. євро в середньому на особу.

В Україні спостерігалось систематичне збільшення споживчих витрат, найбільше в 2008 р. – на 50% порівняно з 2007 р., а найнижче у 2009 р. – близько 6% порівняно з попереднім роком. Українське домогосподарство в цей період витрачало на потреби 607 грн у місяць у 2001 р. і майже 3500 грн у 2011 р. [9].



Кластерний аналіз використано для групування країн із відносно незначним зростанням (спадом) і аналогічними тенденціями у цих витратах. Для аналізу використано витрати на споживання в домашніх господарствах (в євро) за 2001–2011 рр. 35 європейських країн, а також середній рівень споживчих витрат у країнах Європейського Союзу (27 країн). Результати кластерного аналізу отримано для шести груп, в яких перебувало від 3 до 12 країн (табл. 1).

До першої групи за рівнем споживчих витрат віднесені такі країни, як Греція, Іспанія, Кіпр та ЄС (27 країн). Ці країни на початку першого десятиліття XXI ст. мали нижчі споживчі витрати домашніх господарств, ніж у середньому по Європейському Союзу. До 2008 р. у всіх цих країнах поточні витрати на споживання зростали, а у Греції та на Кіпрі в 2008 р. середні витрати на споживання перевищували середні витрати по ЄС. У 2009 р. відбулося зниження споживчих витрат, найбільше на Кіпрі (порівняно з попереднім роком – на 9%) та в Іспанії (на 6%). Споживчі витрати в 2011 р. на особу становили від 13 400 євро в Іспанії і до майже 14 400 євро в Греції, а в середньому по ЄС (27) – 14 600 євро на особу.

До другої групи включені такі країни, як Мальта, Португалія та Словенія. Для цих країн характерні нижчі витрати домогосподарств, ніж у середньому по ЄС, споживчі витрати становлять близько двох третин від середніх витрат домогосподарств у Європейському Союзі. У Мальті в зазначеному періоді спостерігалася відносна стабілізація і навіть збільшення споживчих витрат. Натомість у Португалії та Словенії після періоду зростання споживчих витрат відбувалося зниження споживчих витрат у 2009 р. на 5 і 2%, відповідно. У 2011 р. споживчі витрати на особу становили понад 9400 євро на Мальті та понад 10 600 євро в Португалії.

До III групи входять такі країни, як Бельгія, Німеччина, Франція, Італія, Нідерланди, Австрія, Фінляндія та Швеція. У цих країнах простежуються вищі рівні витрат на споживання, ніж у середньому по ЄС. До 2008 р. майже в усіх країнах спостерігалася зростання споживчих витрат домашніх господарств на особу. Тим не менше, до 2011 р. тенденція до зростання залишилася лише у Німеччині та Австрії, в інших країнах споживчі витрати скоротилися в 2009 р. порівняно з 2008 р. з 1% у Бельгії та Франції до -9% у Швеції. У 2011 р. споживчі витрати становили близько 15,6 тис. євро на особу в Італії і близько 18,7 тис. євро на особу в Австрії.

IV група формується з Данії, Великої Британії, Ірландії, Ісландії та Японії. В домашніх господарствах цих країн споживання вище, ніж в середньому на домашнє господарство в ЄС-27. На основі даних про споживчі витрати слід зазначити, що у Великій Британії та Іспанії раніше, ніж в інших країнах, були виявлені наслідки кризи. Споживчі витрати для цих країн впали на рік раніше, ніж в інших групах, тобто в 2008 р., та зниження цих витрат становило 38% в Іспанії та 13% у Великій Британії. В Японії відбувалося поступове зниження споживчих витрат з 2002 по 2007 рр., причому найвище – у 2003 і 2007 рр. Кінець десятиліття XXI ст. вже супроводжувався зростанням споживчих витрат домогосподарств у всіх країнах.



Таблиця 1

Темпи споживчих витрат домашніх господарств в окремих країнах  
за 2002–2011 рр. порівняно з попередніми, %

Країна	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>I група</b>										
Кіпр	2	3	7	6	6	10	9	-9	1	1
ЄС	3	1	4	4	4	4	0	-5	4	3
Греція	7	6	6	3	7	7	8	-1	0	-4
Іспанія	4	4	6	6	6	5	1	-6	2	2
<b>II група</b>										
Мальта	-0	1	4	3	4	2	8	1	1	4
Португалія	3	2	5	4	5	5	4	-5	4	-1
Словаччина	6	5	4	4	5	10	9	-2	0	2
<b>III група</b>										
Австрія	1	2	3	4	3	3	3	1	3	4
Бельгія	1	2	4	3	4	4	4	-1	4	2
Фінляндія	4	4	4	4	5	5	5	-2	5	6
Франція	2	3	3	4	4	4	3	-1	2	2
Нідерланди	3	2	2	3	2	3	2	-3	1	1
Німеччина	0	2	2	2	3	1	3	0	3	4
Швеція	5	4	3	2	4	4	-2	-9	16	8
Італія	3	3	2	3	3	3	2	-2	2	2
<b>IV група</b>										
Данія	3	2	6	5	5	4	2	-3	4	1
Ірландія	7	5	4	6	7	7	-0	-12	-3	
Іспанія	4	6	8	26	-3	8	-38	-19	10	8
Японія	-8	-10	-2	-1	-6	-9	5	13	13	4
Велика Британія	3	-5	7	4	4	4	-13	-13	8	2
<b>V група</b>										
Люксембург	5	-4	3	4	4	4	5	0	2	3
Норвегія	11	-1	1	10	5	6	1	-5	14	5
США	-2	-13	-4	5	4	-5	-5	3	8	-1
Швейцарія	3	-3	0	1	1	-1	7	5	12	12
<b>VI група</b>										
Болгарія	9	8	12	15	11	19	11	-6	3	4
Хорватія	12	4	7	9	8	10	9	-6	1	4
Естонія	14	11	12	14	20	18	2	-16	1	9
Литва	10	10	12	14	16	19	16	-13	-2	13
Латвія	6	1	14	17	29	26	9	-20	7	12
Польща	2	-10	5	17	10	11	19	-15	14	4
Чеська Республіка	16	2	7	11	11	9	19	-6	5	4
Республіка Македонія	16	5	7	6	10	12	17	-5	2	7
Румунія	9	5	21	32	22	24	9	-19	8	7
Словаччина	10	12	16	13	15	21	20	4	0	3
Туреччина	10	14	16	22	5	12	2	-11	24	-1
Угорщина	21	9	8	8	-1	14	5	-13	4	3
<b>Зміни в Україні</b>										
Україна	8	12	23	36	17	19	50	6	12	12

Примітка: для України наведено темпи за даними сукупних витрат у фактичних цінах (грн) за місяць у середньому на одне домогосподарство.

Джерело: власні розрахунки в середньому на місяць на одне ДГ на основі даних: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen. 2012. – Wiesbaden : Statistisches Bundesamt. – S. 56.



У V групі були Люксембург, Норвегія, Швейцарія та Сполучені Штати Америки. Для них зафіксовано найвищі витрати на споживання в домашніх господарствах. Порівняно з середніми витратами по ЄС витрати для країн цієї групи були удвічі більші. В усіх країнах на початку нинішнього десятиліття відбулося скорочення споживчих витрат, а в 2008 р., коли більшість європейських країн повідомляли про зниження витрат, у цій групі тільки в Норвегії споживчі витрати знизилися на 5%.

До VI групи віднесено країни, для яких рівень споживчих витрат ДГ був найнижчим серед усіх груп. У цій групі перебувають Болгарія, Чеська Республіка, Естонія, Латвія, Литва, Угорщина, Польща, Румунія, Словаччина, Республіка Македонія і Туреччина. У 2009 р. порівняно з 2008 р. відбулося зниження споживчих витрат домогосподарств у всіх цих країнах, за винятком Словаччини. Найбільше зниження було зареєстровано в Латвії – на 20% і в Румунії – на 19%.

Ці цифри ілюструють тенденції в споживчих витратах домашніх господарств у кожній країні. Показано структуру споживчих витрат, що свідчить про різні групи витрат, понесених внаслідок підтримання життєдіяльності домогосподарства. Структура споживчих витрат ДГ є важливим заходом оцінки ринку. Аналіз структури споживчих витрат домашніх господарств дозволяє розглянути подібність та відмінності в рівні життя окремих домогосподарств, а також оцінити рівень життя всього населення [10, с. 479].

Відповідно до закону Е.Енгеля зі збільшенням доходів домогосподарств відбувається зниження частки продуктів харчування в загальному обсязі витрат. У країнах ЄС частка витрат на харчування становила від 9% в Люксембурзі і Великій Британії до 20% у Латвії, в середньому по ЄС частка витрат становила 13% від загального обсягу витрат (табл. 2). Витрати на товари вищого порядку зростають як у абсолютному, так і у відносному вираженні для країн з відносно вищими доходами. Якщо у домашніх господарствах Данії, Великої Британії, Фінляндії, Нідерландів та Швеції спостерігається найбільша частка витрат на відпочинок і культуру, то найнижча частка витрат на цей вид послуг спостерігається в Греції – 5,6%.

Кластерний аналіз було використано для групування подібних країн за структурою витрат домашніх господарств у 2011 р. Було виділено п'ять груп країн за критерієм структури споживчих витрат домашніх господарств. У групах налічується від 3 до 7 країн.

У I групі були Португалія, Мальта, Кіпр і Греція. Характерна особливість цих країн – найвища частка в загальній сумі таких видатків, як видатки на відпочинок та готельно-ресторанні послуги, – з більш ніж 11% у Португалії до 15% на Кіпрі і Мальті.

До II групи віднесено Естонію, Латвію, Словенію та Угорщину. В групі спостерігалася відносно висока частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої – близько 17–20%, а витрати на алкогольні напої і тютюнові вироби – 7–9%, за винятком Словенії, де цей показник були нижчим, ніж в інших країнах (5,4%).

Таблиця 2

**Структура споживчих витрат домогосподарств у 2011 р.  
в окремих країнах, % до загальних витрат**

Країна	Продукти харчування і напої безалкогольні	Алкогольні напої, тютюнові вироби	Одяг і взуття	Утримання житла	Товари для дому	Зв'язок	Охорона здоров'я	Транспорт	Відпочинок і культура	Освіта	Готельно-ресторанні послуги	Інші товари і послуги
<b>I група</b>												
Греція	16,2	4,4	3,7	23,8	4,0	2,9	6,4	11,8	5,6	2,4	11,7	7,0
Кіпр	12,6	4,4	6,0	18,6	5,0	3,4	5,0	11,5	7,9	2,7	15,3	7,8
Мальта	15,0	3,0	4,4	13,2	7,0	3,5	4,4	12,5	10,7	1,1	15,1	10,2
Португалія	16,8	3,1	6,0	15,3	5,8	3,1	5,9	12,6	7,2	1,3	11,2	11,6
<b>II група</b>												
Естонія	19,8	9,1	6,3	20,0	4,0	3,3	2,6	13,2	6,4	0,6	7,5	7,1
Латвія	19,9	7,4	4,9	24,8	3,5	3,3	3,8	13,6	7,3	1,8	4,8	5,0
Угорщина	17,1	7,4	2,8	21,9	4,3	3,7	4,3	13,0	7,5	1,4	6,7	9,9
Словенія	14,8	5,4	5,5	19,4	6,1	3,2	3,7	15,1	8,7	1,2	6,9	10,0
<b>III група</b>												
Чехія	14,5	9,2	3,1	26,5	5,4	3,1	2,4	9,4	9,8	0,7	7,4	8,6
Польща	18,9	6,5	4,2	24,3	4,5	2,9	4,4	10,0	7,7	1,2	2,8	12,6
Словаччина	17,4	5,0	4,0	25,5	6,1	3,7	4,0	7,3	9,5	1,5	5,5	10,6
<b>IV група</b>												
Бельгія	13,4	3,5	5,0	23,9	5,7	2,1	5,6	12,4	9,0	0,5	6,1	12,8
Данія	11,4	3,5	4,6	29,1	5,0	1,7	2,8	12,3	10,9	0,8	5,2	12,6
Німеччина	11,5	3,2	4,9	24,4	6,2	2,6	4,8	14,0	8,9	1,0	5,9	12,6
Франція	13,5	3,2	4,3	25,1	5,8	2,6	3,9	14,4	8,4	0,8	7,1	11,1
Нідерланди	11,8	3,1	5,4	23,8	6,0	4,1	2,7	12,5	10,0	0,6	5,1	14,8
Фінляндія	12,2	4,9	4,9	26,9	5,3	2,2	4,7	11,2	11,3	0,4	6,4	9,5
Швеція	12,2	3,6	4,8	26,9	5,0	3,3	3,2	13,3	11,1	0,3	5,6	10,7
<b>V група</b>												
ЄС-27	12,9	3,6	5,3	23,6	5,7	2,6	3,6	13,2	8,8	1,1	8,6	10,9
ЄС-15	12,3	3,3	5,4	23,6	5,8	2,6	3,6	13,4	8,9	1,1	8,9	11,0
Італія	14,2	2,8	7,4	22,4	7,2	2,4	2,9	12,8	7,3	1,0	10,2	9,6
Люксембург	8,5	8,4	4,6	23,9	6,4	1,7	2,0	19,1	6,9	0,8	7,0	10,5
Австрія	9,9	3,4	5,7	21,5	6,5	2,1	3,5	13,4	10,4	0,7	12,1	10,7
Велика Британія	9,1	3,7	6,0	24,0	5,0	2,2	1,8	14,3	10,7	1,5	10,1	11,5
<b>Структура сукупних витрат ДГ України</b>												
Україна	51,3	3,4	5,8	9,6	2,2	2,6	3,1	4,0	2,0	1,3	2,5	12,2

Джерело: власні розрахунки автора на основі даних: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen. 2012. – Wiesbaden : Statistisches Bundesamt. – S. 61.



У країнах третьої групи – Польщі, Словаччині та Чехії спостерігається відносно висока частка витрат на алкогольні напої та тютюнові вироби, від 5% до більш ніж 9% загального обсягу споживчих витрат. Основні витрати пов'язані з витратами на продукти харчування та обслуговування житла і становлять від 41% у Чехії до 43% загального обсягу видатків у Польщі та Словаччині, що вказує або на несприятливе фінансове становище домогосподарств у цих країнах, або на іншу цінову політику на товари та послуги.

Групу IV становлять Бельгія, Данія, Німеччина, Франція, Нідерланди, Фінляндія та Швеція. У цій групі спостерігається відносно висока частка витрат на утримання житла в загальному обсязі видатків – із майже 24% у Нідерландах, Бельгії та Німеччині до понад 29% у Данії і відносно низька частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої – з 11,4% у Данії до 13,5% у Франції.

У група включає в себе такі країни, як Велика Британія, Австрія, Люксембург, Італія та ЄС-15 і ЄС-27. Характерною особливістю перших трьох країн є відносно невисока частка витрат на харчування – близько 9–10%, тоді як в Італії частка витрат на харчування становила близько 14%. У Великій Британії та Люксембурзі значну частину доходу домогосподарства витрачають на товари і послуги, пов'язані зі спілкуванням, – понад 14% у Великій Британії і понад 19% витрат у Люксембурзі, причому коли у Великій Британії ціна на пальне одна з найвищих у Європі, в Люксембурзі, навпаки, – найнижча. Водночас спостерігалася відносно висока частка витрат на готельно-ресторанне обслуговування: від 10,2% в Італії до 12,1% у Австрії. Акцентуємо увагу цієї групи на видатках, пов'язаних із першочерговими потребами, такими як частка витрат на продукти харчування та утримання житла, що були найнижчими і коливалася від 31% в Австрії до 37% в Італії.

Згідно з даними Державної служби статистики України в 2001 р. витрати на харчування та житлово-комунальні послуги та найнеобхідніші товари в Україні становили майже 70% від загального обсягу витрат. Частка витрат на продукти харчування щороку зменшувалася, і в 2011 р. досягла 51%, а витрати на утримання житла залишалися на постійному рівні – 10% від сукупних витрат домогосподарств. Частка культурно-розважальних товарів за зазначений період становила від 1,8 до 2,6% від загальних витрат, тоді як частка витрат на послуги готелів та ресторанів збільшилася з 1,1% у 2001 р. до 2,5% у 2011 р.

Аналіз показує, що структура витрат домашніх господарств у країнах з вищим рівнем економічного розвитку супроводжується відносно високим рівнем доходу на особу і більш сучасною структурою витрат на споживання, тобто меншою часткою витрат на продукти харчування. Серед європейських країн кращою є структура витрат у: Великій Британії, Люксембурзі, Данії, Австрії, Фінляндії, Швеції, Бельгії, Франції, Норвегії, Німеччині, Нідерландах. При відносно низьких витратах на харчування у бюджеті ДГ ці домогосподарства можуть більше витратити на потреби вищого порядку – відпочинок, культуру та інші послуги. У домогосподарствах України, Польщі, Сло-



ваччини, Чехії, Латвії та Естонії відносно високі витрати на найнеобхідніші потреби часто унеможливають задоволення потреб вищого порядку в ієрархії Маслоу. Аналіз рівня і структури витрат європейських домашніх господарств вказують на поляризацію споживання. Країни з вищим рівнем споживчих витрат домашніх господарств і сприятливою структурою витрат на споживання розміщені в Північній і Західній Європі, тоді як країни з більш низькими витратами і відносно несприятливою структурою споживання домашніх господарств характерні для Східної Європи.

Характерною рисою витрат на товари для облаштування побуту є біполярність всередині країн. З одного боку, є значна частка домашніх господарств, що живе у злиднях, з іншого – у деяких домогосподарствах спостерігається споживацтво [11, с. 37]. Причому надмірне споживання зустрічається як у розвинених країнах, так і в країнах із низьким рівнем розвитку [12, с. 55]. Вулок [13, с. 317] показав, що поляризація доходів є перешкодою для соціально-економічного розвитку і розвитку потреб польських ДГ. Значна різниця у споживанні між домашніми господарствами є визначальною для поширення негативних соціальних явищ у суспільстві, зокрема патологічних.

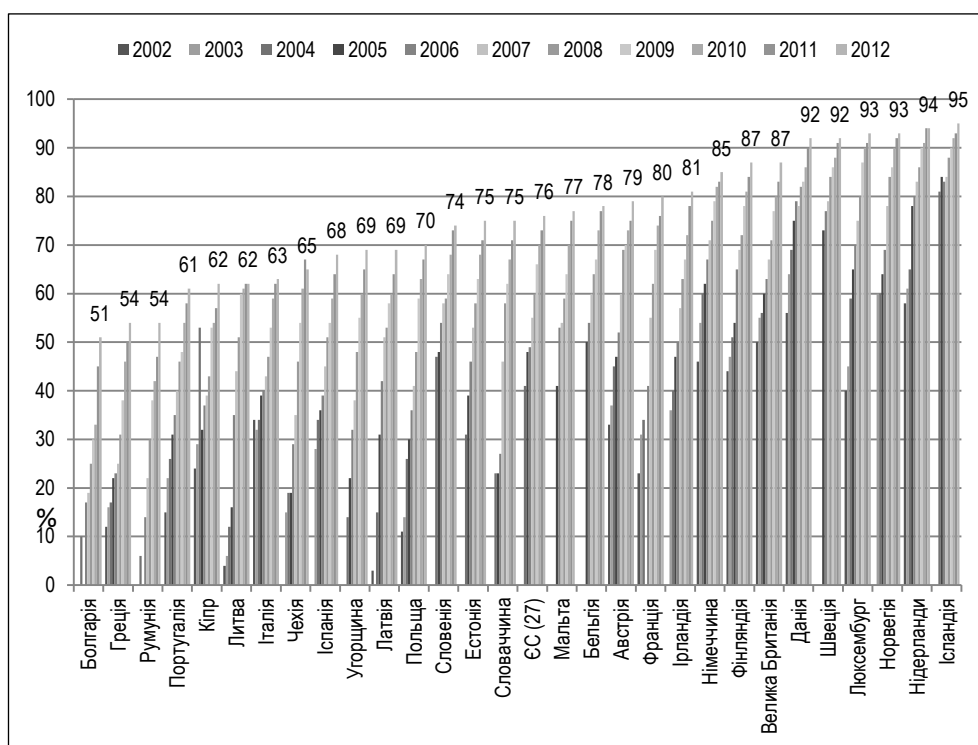
**Глобальні тенденції в споживанні домогосподарств.** У сучасному світі споживання товарів і послуг інтенсивно змінюється. З'являються нові напрями в поведінці споживачів не тільки у домогосподарствах із багатших країн, але й у країнах з більш несприятливим економічним становищем домогосподарств.

У зв'язку з розвитком інтерактивних засобів зв'язку, засобів масової інформації, забезпеченням загального доступу до радіо, телебачення, з глобалізацією та взаємопроникненням різних культур створюються умови для розширення потреб. Ідентичні та аналогічні структури споживання поширюються та перетворюються на транснаціональні [14, с. 136–137]. Процеси глобалізації сприяють збільшенню з кожним роком доступу домогосподарств до всесвітньої мережі Інтернет, поширенню і задоволенню нових потреб.

У 2012 р. найбільший доступ до Інтернету зафіксовано в Ісландії, Нідерландах, Норвегії, Люксембурзі, Швеції і Данії, де до нього підключено понад 92% домашніх господарств. У середньому в ЄС-27 доступ до Інтернету мають 76% домогосподарств. Найменша частка домашніх господарств, що мають доступ до Всесвітньої мережі, зафіксовані в Болгарії – 51%, Греції та Румунії – 54%. З 2008 по 2012 рр. частка домашніх господарств, що мають доступ до Інтернету, виросла на 7 в. п. для домогосподарств у Ісландії і 8 в. п. у Нідерландах і Швеції та на 24 в. п. у Румунії та 26 в. п. у Болгарії. Доступ до Інтернету збільшився в основному для домогосподарств тих країн, де він був відносно низьким на початку періоду.

Варто зазначити, що в часи кризи споживачі стають дедалі обережнішими у прийнятті рішення про купівлю товарів та використання послуг. Однак результати ConsumerLab 2012 [15] показали, що криза не вплинула на використання електронних послуг. Однією з найпомітніших тенденцій на споживчому ринку є поширення Інтернет, споживачі не можуть собі уявити життя без

нього. Відбувається процес віртуалізації споживання, споживачі дедалі частіше використовують для задоволення своїх потреб Інтернет-магазини. Ключовим фактором, який сприяв поширенню споживчої функції Інтернету, було зростання браку часу для облаштування побуту життя і зростання вартості життя, коли жінкам довелося працювати. Ролі та обов'язки, що накладаються на членів сім'ї як споживачів, іноді настільки численні, що їх не можна виконати впродовж дня, тому нестача часу змушувала людей використовувати й інші форми для купівлі товарів і задоволення потреб [16, с. 22–23]. Крім того, соціальні медіа полегшили життя споживачів у прийнятті рішення про покупку декількох продуктів і послуг. Жоден продавець не здатний вести продажі впродовж тривалого часу. Споживачі постійно переглядали номенклатуру і перелік товарів і послуг у постачальників через Інтернет-форуми.

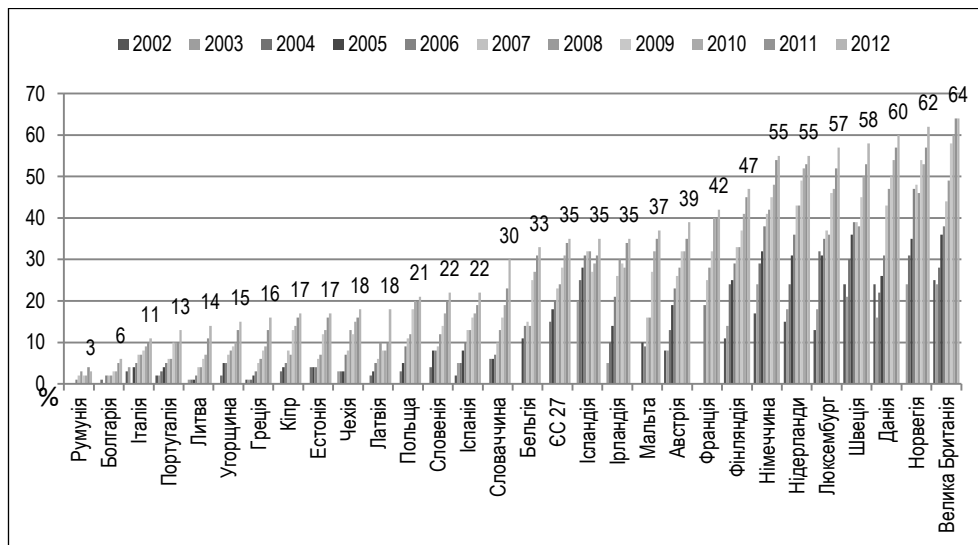


Примітка: на графіку цифрами вказано дані за 2012 р.

**Рис. 1. Частка домогосподарств з підключенням до Інтернету в окремих європейських країнах у 2002–2012 рр., %**

Джерело: розрахунки за даними: Eurostat. Database 2012 [Електронний ресурс]. – Доступний з : <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information\\_society/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database)>.

Найвища частка придбання домогосподарствами товарів он-лайн зафіксована у Великій Британії, Норвегії та Данії, принаймні 60% домогосподарств купували товари через Інтернет. Найнижчий відсоток домогосподарств, що користуються Інтернет-магазинами, відзначено в Румунії – 3%, у Болгарії – 6, в Італії – 11%.

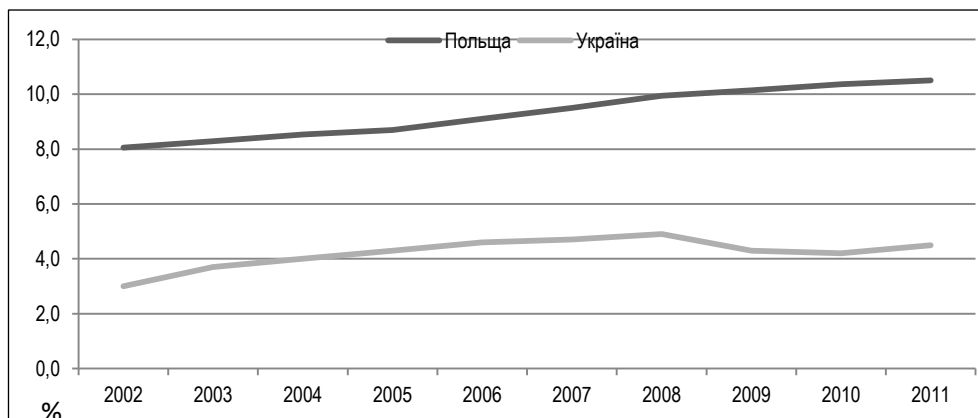


Примітка: на графіку цифрами вказані дані за 2012 р.

**Рис. 2. Частка домогосподарств, які робили електронні покупки протягом останніх трьох місяців в окремих країнах упродовж 2002–2012 рр., %**

Джерело: розрахунки за даними: Eurostat. Database 2012 [Електронний ресурс]. – Доступний з : <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information\\_society/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database)>.

Тенденцією споживання також є збільшення частки послуг у загальному обсязі споживання, зокрема розвиток сервісу. З 2002 по 2011 рр. частка витрат на послуги культури, відпочинку, а також готельно-ресторанних послуг у Польщі збільшилася більш ніж на 2 в. п., тобто від 8,1 до 10,5%, а в Україні – на 1,5 в. п., або від 3 до 4,5%.



**Рис. 3. Частка витрат на рекреаційні, культурні, готельно-ресторанні потреби в загальному обсязі видатків у польських та українських домогосподарств упродовж 2000–2011 рр.**

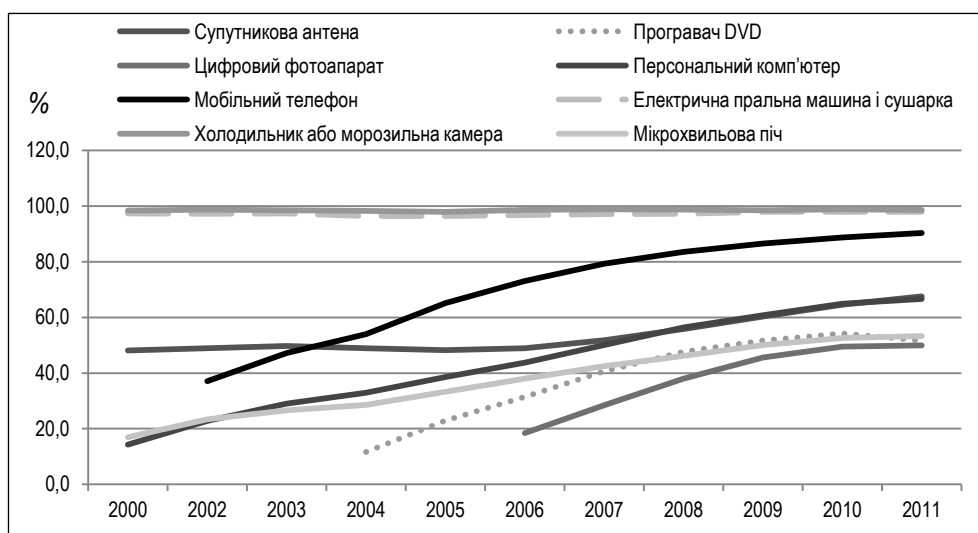
Джерело: власні розрахунки автора за даними: Budżety Gospodarstw Domowych 2001...2011, 2002...2012. – Warszawa, GUS; Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.



Інше спостережуване явище – домоцентралізація, або переміщення діяльності із задоволення потреб безпосередньо у дім, помешкання через його оснащення відповідним обладнанням для зв'язку, передачі інформації та обміну культурною інформацією. Те, що колись відбувалося в публічному просторі, зараз звузилося до меж приватного будинку, наприклад, купівля домашнього кінотеатру замінює власне відвідання кінотеатру.

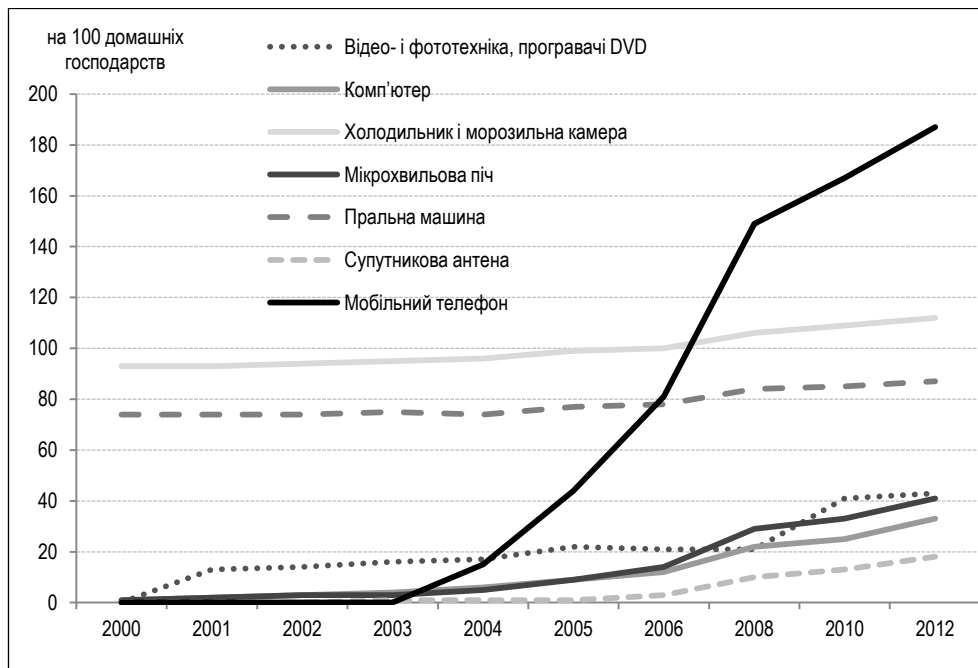
Щороку домашні господарства стають іще багатшими і насичують побут товарами тривалого користування. Рівень побутової техніки, товарів тривалого користування є показником рівня накопичення багатства. Дослідження [17, с. 101] показують, що найбільше наявність товарів тривалого користування в домашньому господарстві залежить від доходу, а найменше – від розміщення будинку. У перше десятиліття XXI ст. необхідністю стало опрацювання і отримання інформації, тому значно зріс попит на придбання комп'ютерної техніки. У Польщі частка домашніх господарств, що мають персональний комп'ютер, збільшилася понад утричі: у 2001 р. 18% домашніх господарств були оснащені комп'ютером, тоді як у 2011 р. – 67%. Тим не менш, в Україні в 2001 р. купували 2 комп'ютери на 100 домашніх господарств, у 2012 р. – 33 на 100 домогосподарств.

Зростання попиту щодо передачі інформації та зв'язку підтверджує зростаюче число користувачів мобільних телефонів. Статистика з придбання мобільних телефонів надається в Польщі з 2003 р., в Україні – з 2004 р. У Польщі протягом семи років (2003–2011 рр.) число домашніх господарств, які використовують мобільні телефони, збільшилася з понад 37% до понад 90%. В Україні в 2004 р. кількість мобільних телефонів на 100 сімей становила 15, а у 2012 р. – 187.



**Рис. 4. Наявність товарів тривалого користування в домашніх господарствах у Польщі в 2000–2011 рр., %**

Джерело: власні розрахунки автора за даними Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.



**Рис. 5. Наявність товарів тривалого користування у домашніх господарствах України в 2000–2012 рр., шт. на 100 домашніх господарств**

Джерело: власні розрахунки автора за даними: Budżety Gospodarstw Domowych 2001...2011, 2002...2012. – Warszawa, GUS.

У сфері споживання в інших напрямках спостерігаються такі тенденції, як:

- екологізація споживання, прагнення до більш ефективного використання споживчих товарів, придбання товарів, залишаючи менше відходів, та споживання "екологічних товарів" [14, с. 143];

- споживчий етноцентризм, або придбання вітчизняних товарів – особливо у випадку літніх людей, що живуть у селах;

- раціоналізація, раціональне споживання товарів [14, с. 142–43];

- елітизація споживання, зростання значення унікальних продуктів, коштовностей, естетично та функціонально унікальних. Ці продукти доступні тільки для споживачів з дуже високими доходами [18, с. 136];

- ритуалізація споживання, тобто задоволення потреб у певних церемоніях, які часто обумовлюють потреби у видовищах, зокрема у період таких свят, як Різдво, Карнавал, Великдень або День Святого Валентина [18, с. 136];

- вічний пошук нових продуктів, насамперед продуктів харчування, коли споживачі надають перевагу продуктам швидкого приготування (як супи і розчинні напої, кава 3 в 1 тощо) [18, с. 136).

Слід зазначити, що сучасний споживач більш обізнаний стосовно своїх прав і критичніше ставиться до ринкових пропозицій. Дедалі частіше сучасне життя вимагає навичок стратегічного управління бюджетом. Вони характеризуються використанням досвіду багатьох культур унаслідок глобалізації. З одного боку, на споживання впливають глобальні стратегії, з іншого жодна нація прагне зберегти ідентичність і культурну специфіку спо-

живання. Спостерігається також більша мобільність споживача в просторі та суспільстві, необхідність збереження культурних цінностей та збереження потреби купувати екологічні продукти [19, с. 28–29]. Збільшується інноваційність споживачів, зокрема молодих людей, які мають вищий рівень освіти і вагоміші матеріальні статки.

### **Висновки**

У XXI ст. у багатьох країнах сталися перетворення в багатьох сферах суспільного життя. Ці перетворення вплинули на приватне споживання домогосподарств. Споживча модель західних країн стала стимулом для підвищення якості сімейного життя через купівлю сучасного обладнання і техніки, збільшення витрат на готельно-ресторанні послуги.

У перше десятиліття XXI ст. споживчі витрати домашніх господарств зросли, але різниця у рівні витрат між окремими європейськими країнами знизилася. Під час кризи відбулося скорочення, а в деяких країнах – стабілізація рівня споживчих витрат. Із 2010 р. у більшості країн зростання споживчих витрат відновилося.

Як правило, в домогосподарствах країн Західної та Північної Європи, а також Японії та США спостерігаються вищі споживчі витрати і сприятливіша структура з меншою часткою витрат на основні товари та вищою – на послуги. У господарствах східної Європи значну частину бюджетів домашніх господарств становлять витрати на задоволення потреб у продуктах харчування та облаштування житла.

Незважаючи на економічну кризу, постійно збільшується придбання побутової техніки, також зростає і кількість домашніх господарств, що мають доступ до Інтернету.

Завданням бізнесу є відслідковування споживчих потреб, дослідження нових ніш ринку і задоволення нових сучасних потреб. Швидка адаптація до змін, гнучкість, творчість та інновації є ключовими пріоритетами у розвитку споживання для ділового світу.

### **Список використаних джерел**

1. *Ward J. H.* Hierarchical grouping to optimize an objective function // *Journal of the American Statistical Association.* – 1963. – № 58, 30. – С. 236–244. – DOI : <http://dx.doi.org/10.2307/2282967>
2. *Sztucki T.* *Encyklopedia Marketingu. Definicje, zasady, metody.* – Warszawa : Agencja Wydawnicza Placet, 1998.
3. *Gospodarstwa domowe i rodziny. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań. Powszechny Spis Rolny.* – Warszawa : GUS, 2003.
4. *Gutkowska K., Ozimek I., Laskowski W.* *Uwarunkowania konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych.* – Warszawa : Wydawnictwo SGGW, 2001.
5. *Żelazna K.* *Společno-ekonomiczne uwarunkowania pracy kobiet w wiejskim gospodarstwie domowym.* – Warszawa : Wydawnictwo SGGW, 1993.
6. *Gutkowska K.* *Rodzinne gospodarstwa domowe na wsi w warunkach gospodarki rynkowej.* – Warszawa : Wydawnictwo SGGW, 1997.
7. *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen.* – Wiesbaden : Statistisches Bundesamt, 2012.



8. *Kołodko G.* Neoliberalizm i światowy kryzys gospodarczy // *Ekonomista*. – 2010. – № 1. – С. 117–125.
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
10. *Zalega T.* Wpływ kryzysu na postawy i zachowania gospodarstw domowych wysokodochodowych // *Nierówności Społeczne a wzrost gospodarczy*. – 2011. – Zeszyt № 18. – С. 468–485.
11. *Piekut M.* Konsumpcja w polskich gospodarstwach domowych na tle krajów europejskich // *Problemy Zarządzania*. – 2013. – Vol. 11. – № 1 (40), t. 1. – P. 23–39. – DOI 10.7172/1644-9684.40.2.
12. *Piekut M.* Polaryzacja konsumpcji w gospodarstwach domowych // *Wiadomości Statystyczne*. – 2009. – № 7. – С. 55–68.
13. *Byłok F.* Nierówności w dochodach i wydatkach w gospodarstwach domowych jako bariera rozwoju społecznego w Polsce // *Nierówności Społeczne a wzrost gospodarczy*. – 2004. – Zeszyt № 5. – С. 318–329.
14. *Bywalec Cz., Rudnicki L.* Konsumpcja. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002.
15. Internetowe trendy konsumenckie [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.mt.com.pl/internetowe-trendy>>.
16. *Windham L., Orton K.* Dusza nowego konsumenta. – Warszawa : Wydawca CeDeWu Sp. z o.o., 2001.
17. *Piekut M.* Polskie gospodarstwa domowe – dochody, wydatki i wyposażenie w dobra trwałego użytkowania. – Warszawa : Wydawnictwo SGGW, 2008.
18. *Mróz B.* Nowe zjawiska i tendencje w zachowaniach konsumentów w krajach rozwiniętych gospodarczo // *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*. – 2004. – Zeszyt Naukowy № 42. – Warszawa : SGH, 2004.
19. *Mazurek-Lopacińska K.* Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003.

*Надійшла до редакції 24.06.2013 р.*