

DOI 10.26886/2520-7474.3(41)2020.1

UDC: 330.1.330.4.338.1

**IN SEARCH OF NEW EXPLANATORY MODELS OF CONSUMER
BEHAVIOR**

N. Evdokimova, PhD of Economical Sciences,

<https://orcid.org/0000-0002-0681-1563>

enenjev@gmail.com

A. Kotenok, PhD of Economical Sciences,

<https://orcid.org/0000-0001-9262-5865>

kotenokag@gmail.com

D. Kotenok, PhD of Economical Sciences,

<https://orcid.org/0000-0002-6254-4092>

kotenokdariya@gmail.com

V. Hetman Kyiv National Economic University, Ukraine, Kyiv

Explanatory possibilities of theoretical economics for the behavior of the modern consumer and its changes during the COVID-19 pandemic are used. Transformations of needs and priorities of consumers are revealed on the basis of statistical observations of structural changes in expenses of domestic households. Systemic changes in consumer behavior under the introduction of quarantine restrictions have been identified and assumptions have been made about changing the consumption model.

Key words: consumer behavior, quarantine restrictions, consumption model, expenditure structure of Ukrainian households.

Євдокимова Н., кандидат економічних наук, професор кафедри економічної теорії, Котенок А., кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, Котенок Д., кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління і адміністрування. В пошуках нових пояснювальних моделей поведінки споживача / ДВНЗ «Київський

національний економічний університет ім. В. Гетьмана», Україна, Київ

Використані пояснювальні можливості теоретичної економіки для поведінки сучасного споживача та її змін впродовж пандемії COVID-19. Виявлені трансформації потреб та пріоритетів споживачів на основі статистичних спостережень структурних змін у витратах вітчизняних домогосподарств. Ідентифіковані системні зміни у поведінці споживачів за умови введення карантинних обмежень та сформовані припущення про зміну моделі споживання.

Ключові слова: поведінка споживача, карантинні обмеження, модель споживання, структура витрат домогосподарств України.

Евдокимова Н., кандидат економічних наук, професор кафедри економічної теорії, Котенок А., кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, Котенок Д., кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління і адміністрування. В поисках новых пояснительных моделей поведения потребителя /ГВУЗ «Киевский национальный экономический Университете им. В. Гетьмана», Украина, Киев

Использованы объяснительные возможности теоретической экономики для поведения современного потребителя и его изменений в течение пандемии COVID-19. Обнаруженные трансформации потребностей и приоритетов потребителей на основе статистических наблюдений структурных изменений в расходах отечественных домохозяйств. Идентифицированы системные изменения в поведении потребителей при условии введения карантина и сформированы предположение об изменении модели потребления.

Ключевые слова: поведение потребителя, карантин, модель потребления, структура расходов домохозяйств Украины.

1. Вступ.

1.1.Актуальність. Життя в пандемічних умовах змінило ставлення споживачів до потреб, а також способи, цілі й місця здійснення покупок для їхнього задоволення. Зміна логіки поведінки вітчизняних домогосподарств як ніколи гостро потребує теоретичного пояснення та напрацювання прикладних операційних моделей для адекватного реагування з боку бізнесу і держави.

Базові положення теорії споживчого вибору були сформовані більш як півтора століття тому, проте вони і до нині залишаються засадними як для проведення економічної аналітичної діяльності так і формування широкого предметного поля маркетингових досліджень в різноманітних секторах економіки. З-поміж видатних основоположників цієї теорії чільне місце належить засновникам австрійської школи політичної економії, які були прибічниками кардиналізму, а саме: Вільяму Джевонсу (Jevons), Карлу Менгеру (Menger), Леону Вальрасу (Walras), а також Герману Госсену (Gossen). Як відомо, завершеної форми теорія поведінки споживача набула в 30-х роках ХХ століття після робіт представників так званої ординальної теорії корисності: Френсіса Еджуорта (Edgeworth), Джона Гікса (Hicks). Щоправда, цілком справедливим було б уточнення того факту, що оригінальні економічні ідеї щодо пояснення споживацької поведінки через призму теоретичного аналізу належать, безсумнівно, українським вченим-економістам зі світовим іменами Федору Щербині і Євгену Слуцькому [1, с. 8,9].

Сучасні вітчизняні дослідники економічної діяльності домашніх господарств свої зусилля спрямовують на дослідження тенденцій

формування іта інструментів регулювання доходів домогосподарств, розподілу доходу домогосподарств на споживання та заощадження, джерел формування доходів і нерівності за рівнем доходу. Зазначені та деякі інші проблеми висвітлюватись такими вченими, як-от: Т. Гуржій, О. Зухба, С. Каламбет, Т. Кізим, М. Литвак, Е. Лібанова, М. Соколик. Значний інтерес до цієї теми не зменшує актуальності її дослідження. Ба більше, розв'язання проблем людської поведінки впродовж пандемії набуло багатоаспектного характеру (економічного, соціологічного, психологічного, фізіологічного та ін.), розглядається як на мікро-, так і на макро- й глобальному рівні, стосується всіх і кожного зокрема.

Кризова ситуація в суспільстві, спричинена пандемією COVID-19, істотно змінює поведінку споживача. Важливість досліджень цих змін зумовлена тим, що деякі проявлені нині моделі людської поведінки можна розглядати як тимчасову практику, проте досвід багатьох країн дає підстави вважати, що більшість цих поведінкових моделей збережуться й надалі.

1.2. Мета статті та завдання. Нами проведена спроба виявлення й ідентифікації змін, які відбулись у поведінці вітчизняного споживача впродовж пандемії COVID-19, а саме:

✓ перевірка пояснювальних можливостей теоретичної економіки для сучасного історичного моменту поведінки споживача та її змін впродовж пандемії COVID-19;

✓ виявлення трансформації рівня значущості потреб та пріоритетів споживачів на основі статистичних спостережень за змінами у структурі витрат вітчизняних домогосподарств;

✓ аналіз зміни відчутності бюджетного обмеження в групах споживачів з різним рівнем доходів;

✓ ідентифікація системних змін у поведінці споживачів за умови введення карантинних обмежень та формування припущень про сталість чи перманентність змін у моделі споживання;

✓ вивчення явищ істотних змін у попиті на деякі товари і виявлення основних причин, які їх зумовили.

1.3. Матеріал і методи. Теоретичні припущення стосовно змін у поведінці споживача здійснені на основі та з використанням методології мікроекономічного аналізу. Для виявлення кількісних змін використані відповідні статистичні дані, оприлюднені Держкомстатом України, а також огляди деяких офіційних аналітичних агенцій. Обробка, аналіз і тлумачення статистичних даних проведені методами бізнес-аналізу і статистичних зіставлень. Формування висновків проведене на основі узагальнень. Нові моделі поведінки виявлені й пояснені через умовивід.

1.4. Теорія/розрахунки. Сучасний мікроекономічний аналіз використовує модельне уявлення про поведінку споживача на ринку продукту, допускаючи синтезоване використання інструментів як кардинального, так і ординального підходів. Центральне поняття, на якому ґрунтується вибір, - це корисність блага, яку нині формулюють як уявлену споживачем спроможність певної кількості блага задовольняти одну або кілька потреб. Про це так писав відомий італійський соціолог і економіст Вільфредо Парето (Pareto): «Чиста економіка [...] набула єдиної норми, а саме задоволення людини, і визначила людину єдиним суддею такого задоволення. Ось так і була визначена економічна корисність, або *orhelimite*» [2, с.1350]. У своєму рішенні щодо купівлі кількості благ та їхнього поєднання в покупці споживач порівнює додаткові вигоди стосовно корисності та додаткові витрати бюджету, керуючись принципом економічної раціональності, як-от: розподіляє свій бюджет так, щоб кожна витрачена грошова одиниця принесла

йому однакову граничну корисність. Це означає, що прийняте споживачем рішення стає оптимальним, і він опиняється в стані рівноваги. Незважаючи на те, що таке пояснення має гіпотетичний характер, його слід вважати ключовим для розуміння економічно раціонального вибору.

Важливим у зазначеному аспекті є теоретичне тлумачення реакції споживача на зміну ціни блага з виокремленням ефекту доходу й ефекту заміщення. В ефекті доходу проявляється вплив зміни реального доходу в результаті зміни ціни певного блага, в ефекті заміщення – вплив відносної зміни ціни певного блага порівняно з незмінними цінами інших. Зазвичай ці ефекти «працюють» разом, і коли ціни змінюються, то в зміні обсягу споживання відображається сумативний результат. Однак важливим є розуміння того, що на вибір споживача насправді впливають обидва ефекти, і це може бути використане для передбачення змін у споживчому виборі як результату реалізації управлінських рішень у виробництві, торгівлі та в економічній політиці.

Саме задоволення особистих потреб є основним завданням господарської діяльності людини. «Турбота про задоволення потреб має таке ж значення, як і турбота про наше життя і наш добробут; вона є найважливішою з усіх людських стремлінь...» – так ще в ХІХ столітті К. Менгер висловлювався про людські потреби [3, с. 31]. Ф. Щербина (здобутки якого, на жаль, мало досліджені вітчизняними економістами) в науковій праці «Селянські бюджети» писав: «Людські потреби є тією основною засадою, якою рухається людське життя, визначається його зміст і вимірюється ступінь його розвитку. ... Чим складніше взагалі життя, тим різноманітніші потреби, і навпаки. Обидва процеси тотожні, і прогрес людства є прогресом його потреб.» [4, с. 88].

В мікроекономічному аналізі процес споживання економічних благ – як засобу задоволення потреб – моделюється зазвичай без уточнення їхнього конкретного призначення, натомість пояснюється особливість поєднання благ у споживанні (субституційне і комплементарне), вивчається порядок заміщення субституційних благ (нормальне і повне) та доповнення комплементарних (нормальне і жорстке). Особливе місце у теоретичній класифікації посідають блага з так званою нормальною чи низькою споживчою цінністю. Користуючись саме такими принципом розподілу благ дослідники виявляють зміни в пріоритетах споживача під впливом зміни його доходу. Дослідницьке завдання аналізу споживацького вибору за умови поєднання благ є доволі складним, бо перелік благ, що входять до них, має бути повним. Проте для проведення мікроекономічного аналізу цього процесу часто цілком достатньо скористатись ідеєю розгляду двох благ, коли за одне з них приймаються всі інші блага. Такий підхід дозволяє зосередитись на аналізі того чи іншого блага по чергово, використовуючи простий математичний апарат [5, с. 84].

1.5. Результати і обговорення. Вивчення потреб реальних споживачів зазвичай відбувається на статистичній основі. При цьому приділяється особлива увага ретроспективі трансформації потреб, а також аналізу обсягу потреб та їх структури в кількісному вимірі.

Офіційна статистика вивчає процеси задоволення потреб споживачів шляхом проведення регулярних обстежень умов життя домогосподарств, використовуючи для цього класифікацію індивідуального споживання товарів і послуг за цілями (КІСЦ). В 2004 році система організації проведення вибірових обстежень домогосподарств була істотно оновлена і гармонізована з класифікацією індивідуального споживання за цілями Європейського Союзу (Classification of Individual Consumption by Purpose – COICOP-

HBS, 2003), рекомендованою до використання Євростатом [6]. Ця класифікація має багатоцільове призначення, бо поєднана з методологією системи національних рахунків і застосовується також для розрахунків макроекономічних показників щодо сектору домашніх господарств та при розрахунках індексу споживчих цін.

Результати проведеного нами аналізу структури грошових витрат домогосподарств України в 2017 – 2019 роках дозволили дійти висновку про те, що переваги споживачів (домогосподарств) загалом стабілізувались, тобто впродовж останніх трьох років не спостерігалось значних коливань в задоволенні потреб по основних групах споживчих товарів і послуг. Про це свідчать дані, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1.

**Структура грошових витрат домогосподарств України
в 2017 – 2019 рр. ***

Розділ грошових витрат	Значення по роках, у відсотках до споживчих витрат (за станом на IV квартал року)			Зміна у 2019 порівняно з 2017
	2017	2018	2019	
Продукти харчування та безалкогольні напої	46,3	45,3	43,1	-3,2
Алкогільні напої	1,3	1,2	1,2	-0,1
Тютюнові вироби	2,3	2,3	2,2	0,1
Одяг і взуття	6,2	6,2	5,9	-0,3
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	13,4	13,5	14,8	+1,4
Предмети домашнього вжитку,	2,3	2,4	2,0	-0,3

побутова техніка та поточне утримання житла				
Охорона здоров'я	4,2	4,3	4,3	+0,1
Транспорт	4,0	3,9	4,9	+0,9
Зв'язок	2,7	2,8	3,1	+0,4
Відпочинок і культура	1,8	1,9	1,8	0,0
Освіта	1,2	1,1	1,2	0,0
Ресторани та готелі	2,6	2,6	2,8	+0,2
Різні товари та послуги	2,8	3,0	2,8	0,0

*За даними Держкомстату України [7, табл.II.I с.60; 8, табл.II.I, с.57; 9, табл.II.I. с.60]

Звертає на себе увагу той факт, що в зазначеному періоді частка коштів, які витрачались домогосподарствами на харчування, одяг і взуття, зменшувалась, що можна вважати позитивною тенденцією. Відбувається доволі помітне зростання частки послуг в споживчих витратах по таких позиціях: «Охорона здоров'я», «Зв'язок», «Ресторани і готелі», «Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива». Як відомо, структура витрат домогосподарств залежить від їхніх доходів. За даними офіційної статистики структура потреб вітчизняних споживачів є відображенням соціального розшарування суспільства. Для вивчення нерівномірності розподілу домогосподарств за рівнем матеріального добробуту використовується метод особливих групувань, коли генеральна сукупність домогосподарств розподіляється в порядку зростання середньодушових еквівалентних показників доходів на квантилі(децилі або квітнілі) та за інтервалами доходів.

Окремим аспектом нашого дослідження є аналіз структури грошових витрат домогосподарств України в розрізі децильних груп

залежно від розміру середньодушових еквівалентних грошових доходів. За деякими позиціями різниця виглядає істотною, якщо зіставляти значення по всьому діапазону значень доходу: першої децильної групи, з найнижчим доходом, та десятої – з найвищим. Такі аналітичні зіставлення подані в табл.2.

Результати проведеного нами аналізу дозволяють дійти висновку про те, що домогосподарства з найнижчими доходами за три останні роки стали відносно менше витратити грошей на продукти харчування, тютюнові вироби, освіту, відпочинок і культуру. Практично незмінною з незначними коливаннями залишалась частка витрат на одяг і взуття, алкогольні напої, предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла, ресторани і готелі. Натомість зросла частка витрат на охорону здоров'я, транспорт, зв'язок, житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива. Водночас в структурі грошових витрат десятої децильної групи (з найвищими доходами) спостерігаються зміни дещо іншого порядку. Частка витрат на продукти харчування, одяг і взуття, предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла, освіту зменшилась. Відносно стабільними залишались частки витрат на алкогольні напої, житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива,. Водночас збільшилась частка витрат на транспорт, зв'язок, охорону здоров'я, ресторани і готелі.

Зазначені відмінності в структурі споживання домогосподарств з різним рівнем доходів пояснюються впливом розміру доходу домогосподарства на структуру споживчих витрат. В мікроекономічному аналізі використовується закон, який відображає тісний взаємозв'язок між рівнем доходів і структурою витрат сім'ї. Вперше цю залежність виявив і кількісно дослідив німецький статистик XIX ст. Ернст Енгель (Engel), закон названий його іменем. Згідно закону

Енгеля, із зростанням доходів домогосподарства частка витрат на харчування знижується, частка витрат на придбання одягу, оплату житла та комунальних послуг змінюється не суттєво, а частка витрат на задоволення культурних та інших нематеріальних потреб помітно зростає [10, с.39].

Зазначені відмінності в структурі споживання домогосподарств з різним рівнем доходів пояснюються впливом розміру доходу домогосподарства на структуру споживчих витрат. В мікроекономічному аналізі використовується закон, який відображає тісний взаємозв'язок між рівнем доходів і структурою витрат сім'ї. Вперше цю залежність виявив і кількісно дослідив німецький статистик XIX ст. Ернст Енгель (Engel), закон названий його іменем. Згідно закону Енгеля, із зростанням доходів домогосподарства частка витрат на харчування знижується, частка витрат на придбання одягу, оплату житла та комунальних послуг змінюється не суттєво, а частка витрат на задоволення культурних та інших нематеріальних потреб помітно зростає [10, с.39]. Закон Енгеля дійшов до наших днів з уточненнями й доповненнями, проте й нині цей структурно-витратний критерій використовується в світовій статистиці: бідними визнаються сім'ї, де частка витрат на найбільш життєво важливі товари та послуги перевищують певний відсоток (за деякими західними стандартами 60%) щодо сукупних витрат. Зокрема, такими витратами можуть бути витрати на харчування, а за деякими іншими методиками до них включають витрати на житло. Рівень добробуту вітчизняних домогосподарств в останні роки, як свідчать дані табл. 1, знаходиться близько межі бідності. Проте за даними табл.2 цей параметр по першій децильній групі і десятій істотно відрізняється, що доводить справедливість теоретичних припущень на практиці.

Таблиця 2.

**Структура грошових витрат домогосподарств України за
децильними (10%) групами залежно від розміру
середньодушових еквівалентних грошових доходів
в 2017 – 2019 роках ***

Розділ грошових витрат	Значення по роках, у відсотках до споживчих витрат (за станом на IV кв. р.) за децильними групами					
	2017		2018		2019	
	перша (нижча)	десята (вища)	перша (нижча)	десята (вища)	перша (нижча)	десята (вища)
Продукти харчування та безалкогольні напої	57,6	35,4	57,0	36,0	52,6	33,6
Алкогольні напої	0,8	1,7	0,8	2,0	0,8	1,8
Тютюнові вироби	2,7	2,1	2,9	2,1	2,6	2,1
Одяг і взуття	5,1	6,5	5,0	6,0	5,1	5,5
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	12,6	13,4	12,6	12,8	16,5	12,9
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	1,8	2,9	1,4	2,7	1,6	2,1
Охорона здоров'я	3,9	4,0	4,2	4,1	4,3	4,2
Транспорт	2,1	6,3	1,9	6,0	2,3	9,2
Зв'язок	2,8	2,5	3,1	2,5	3,3	2,7
Відпочинок і культура	1,0	3,2	0,9	3,3	0,8	2,8
Освіта	1,0	1,3	0,8	1,2	0,5	1,1
Ресторани та готелі	1,4	4,0	1,0	4,5	1,4	4,7
Різні товари та	2,5	3,1	2,4	3,5	2,1	3,0

послуги						
Разом споживчі витрати	95,3	86,4	94,0	86,7	93,9	85,7

*За даними Держкомстату України [7, табл.II.35 с.94; 8, табл.II.35, с.91; 9, табл.II.47. с.107]

Підсумовуючи цей етап проведення дослідження можна зробити висновок про те, що результати статистичних обстежень умов життя домогосподарств є цілком придатними для проведення аналітичних досліджень та розробки прогнозів.. Проте, на думку експертів, дуже важливо, щоб подібні опитування проводилися у кожній із соціальних груп, розподілених за рівнем доходів громадян. Адже подібні дослідження проводять у більшості країн. Подекуди – у формі вибіркового дослідження, але в деяких країнах такі спостереження є більш репрезентативними за рахунок того, що представникам різних соціальних груп і прошарків, яких відбирають за спеціальною методикою, доплачують за ведення повного обліку своїх витрат та регулярне інформування про це статистичних органів. Участь у подібних опитуваннях окремих громадян є обов'язковою. Така система діє у США, Канаді та деяких інших країнах. Відповідно, там аналітики мають більш презентативну статистичну вибірку для оцінювання як загальної структури витрат населення, так і проявлення особливостей споживчих витрат різних категорій громадян. За оцінками фахівців, не зайве було б застосувати такий досвід і в Україні. [11].

Проводячи наскрізний аналіз витрат певних категорій людей, стає можливим отримати більш точну картину життя домогосподарств. Ця інформація потрібна багатьом користувачам: представникам торговельного бізнесу – для виявлення тенденцій в зміні уподобань домогосподарств, Національному банку – для прогнозування рівня готівкових та безготівкових платежів, для органів державного

управління – для розуміння того, як домогосподарства реагують на ті чи інші події, що відбуваються в країні та її економічному житті.

Карантинні обмеження змінили характер навчання й роботи населення, а також багато звичок і загалом стиль життя. Сталась значні зміни в пріоритетах споживачів. Бюджетні обмеження стали відчутними для переважної більшості споживачів, тому вони перейшли на бережливу модель поведінки. Криза навчила споживачів більш адекватно оцінювати співвідношення ціни та якості товарів, і, при звичаївшись до нових обставин, вони навряд чи повернуться до колишньої моделі поведінки. Ціна залишиться важливим чинником у виборі споживачів, проте вони стануть більш скептично ставитись до торгових марок, котрі не даватимуть додаткової вигоди порівняно з власними торговими марками роздрібних магазинів, а також будуть вибагливішими у питаннях придбання товарів зі знижками. Блага повсякденного вжитку впродовж карантину купувались споживачами частіше не в супермаркетах, а в найближчих крамницях. Аналітики припускають, що це зробило споживачів економнішими, адже вони перестали робити імпульсивні покупки, характерні для закупок у супермаркетах. Якщо брати до уваги необхідність переходу багатьох споживачів, як вже зазначалось, на бережливу модель поведінки, то можна зробити припущення, що якась частина з них перегляне своє ставлення щодо споживної цінності деяких благ.

В мікроекономічному аналізі зазвичай моделюється реакція споживача на зміну ціни благ як з нормальною, так і з низькою споживною цінністю. За відомими математичними моделями, першими з яких були моделі Слуцького й Гікса, можна сформулювати уявлення про механізм кількісного виокремлення ефекту доходу та ефекту заміщення для обох різновидів благ. При цьому підхід Слуцького, який дозволяє кількісно розв'язати проблему такого виокремлення на основі

статистичних даних, в сучасній ситуації, на наш погляд, можна розглядати в якості не лише теоретичного, а й прикладного інструменту досліджень впливу кризових явищ на поведінку споживача. Вочевидь, зміни в попиті багатьох товарів, будуть пов'язані в більшій мірі з дією ефекту доходу, ніж ефекту заміщення. Наслідком цього може стати послаблення ефекту заміщення через протилежно спрямовану дію ефекту доходу. Розуміння цих теоретичних закономірностей стане в нагоді керівникам бізнесових структур та органів державної влади при прийнятті цінових рішень на макро- і мікрорівні економіки.

Результати перших спостережень про зміни в системі переваг споживачів в період карантину також свідчать про змін в системі споживчих переваг [12]. Їх, на нашу думку, можна розділи на дві частини. Перші з них, повзанні зі змінами в режимі роботи інфраструктури та виконання функціональних обов'язків на роботі. Інша частина, обумовлена переглядом споживчих уявлень про здатність тих чи інших благ задовольняти споживчі потреби. Так, необхідність в обмеженні очного спілкування сприяло підвищенню інтересу вітчизняних і зарубіжних споживачів до комунікаційних технологій, які стали широко використовуватись, зокрема, в освітніх процесах в Україні. Кількість користувачів Zoom Video Communications зросла за три місяці пандемії з 10 млн до 200 млн. Надзвичайно зріс обсяг послуг, наданих на основі технології OTT (Over the Top) – доставка аудіовізуального медіа контенту в режимі реального часу поверх мереж операторів та провайдерів телекомунікацій безпосередньо будь-якому кінцевому користувачеві, підключеному до мережі Інтернет. За даними MarketWatch число платних користувачів Netflix у світі зросло в першому кварталі на — 15,77 млн., що перевищило попередній максимальний приріст на 9,6 млн передплатників в аналогічному періоді 2019 року. Істотно зросли

послуги онлайн-сервісів цифрового поширення комп'ютерних ігор та програм від компанії Valve: за один тиждень кількість одночасно підключених користувачів Steam зросла на 2 млн [12].

Неможливість відвідування ресторанів та інших закладів харчування впродовж карантину значно зменшила частку витрат на готову їжу в бюджетах споживачів. З одного боку, це збільшило закупки продуктів для приготування їжі і заставило готувати більше їжі в домашніх умовах. З другого боку, – підвищився попит на виготовлення й доставку готової їжі, наприклад, піцци. Так, найбільші світові мережеві піцерії Papa John's, Domino's, Pizza Hut впродовж карантину відчули потребу в розширенні виробничих потужностей і мають наміри збільшити кількість персоналу на 60 тис. осіб [12]. Ба більше, в деякі моменти впродовж карантину спостерігався ажіотажний попит на продукти. В Європейському регіоні ВООЗ були відзначені численні випадки перекупленості. Ці факти викликали появу рекомендацій з харчування для всієї сім'ї під час карантину COVID-19, в яких підкреслювалось, що панічна поведінка покупців може мати негативні наслідки: зростання цін на продукти харчування і нерівний розподіл продуктів між покупцями [13]. Тому економічна раціональність в придбанні продуктів має доповнюватись іншим критерієм оптимальності, наприклад, соціальної та контекстної: важливо вміти купувати продукти за кризових умов, оцінюючи наявні домашні запаси і ураховуючи потреби інших людей. В такій моделі вибору маємо багато критеріїв, і для її рішення слід використати принцип оптимальності за Парето, коли значення всякого з критеріїв можна поліпшити лише за рахунок погіршення значень інших критеріїв. Найменування зазначеного поняття пов'язане з іменем вже цитованого нами В. Парето який одним з перших ще на початку ХХ століття став використовувати його в математичних дослідженнях процесу ринкового

обміну [14]. Наразі властивостям і методам знаходження Парето оптимальних рішень присвячені роботи з теорії ігор, математичної статистики, дослідженню операцій та ін., в яких вивчаються багатокритеріальні моделі прийняття як індивідуальних, так і групових управлінських рішень, проте проблема їх використання в господарській практиці навіть в аспекті пояснювальних моделей ще далека від успішного розв'язання.

Дотримання ізоляції заставило вітчизняних споживачів суттєво переглянути свої пріоритети щодо організації дозвілля. Цей висновок підтверджується даними про збільшення купівлі товарів через Rozetka , а саме: обсяги продажів товарів для фітнесу зросли на 250%, товарів для творчості — на 280%, книг — на 40%, настільних ігор — на 156%, сухих сніданків, макаронів, круп, товарів особистої гігієни, кормів для тварин — на 200%. В 50 разів також зросли обсяги продажів деяких будівельних та господарських товарів мережі «Епіцентр» [12].

Виявлені оглядачами тенденції у зміні споживання домашніх господарств вже набули підтвердження в оприлюднених попередніх статистичних даних про кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями в I кварталі 2020 року. Зіставлення споживчих витрат в I кварталі 2019 і, відповідно, 2020 року, що подані в табл.3, свідчать про позитивну динаміку низки витрат, з-поміж яких особливо збільшились позиції «Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива», «Одяг і взуття», «Охорона здоров'я» та деякі ін. Водночас істотно зменшились витрати на ресторани й освіту.

Статистичні дані, які можна використати для оцінювання змін в структурі споживання вітчизняного споживача, формуються за різною методологією, тож на пряму їхнє зіставлення може бути не зовсім коректним. Разом з тим, зіставлення тенденцій за різними за змістом і

призначенням статистичними оглядами є цікавим з огляду на предмет нашого дослідження.

Таблиця 3

**Кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями
у I кварталі 2020 року***

Показник	У фактичних цінах		У постійних цінах 2016 року, відсотків до відповідного кварталу попереднього року	
	млн.грн	відсотків до підсумку	зміна обсягу	зміна дефлятора
Кінцеві споживчі витрати домашніх господарств, у тому числі:	733 247	100,0	8,1	2,6
Продукти харчування та безалкогольні напої	293 134	40,0	7,4	4,2
Алкогольні напої, тютюнові вироби та наркотики	52 426	7,1	3,5	12,3
Одяг і взуття	34 652	4,7	15,6	-2,6
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	119 669	16,3	19,4	-3,9
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	24 212	3,3	9,9	-1,1
Охорона здоров'я	44 265	6,0	12,2	3,1
Транспорт	62 157	8,5	5,2	-0,8
Зв'язок	18 603	2,5	-1,8	8,5
Відпочинок і культура	23 756	3,2	2,4	-1,5
Освіта	9 607	1,4	-5,5	13,4
Ресторани та готелі	19 033	2,6	-18,3	8,4

Різні товари та послуги	31733	4.4	5,3	8,5
-------------------------	-------	-----	-----	-----

*За даними Держкомстату України [15].

Якщо скористатись статистичними даними щодо роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, яка ведеться на основі статистичної класифікації продукції, то можна уявити, якою загалом є товарна структура покупок вітчизняного споживача, іншими словами, на які товари витрачають споживачі свої кошти в тому чи іншому календарному періоді. Нами проведений аналіз товарної структури роздрібного товарообороту вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі за 2017 – 2019 роки. В результаті виявлено, що за переважною більшістю товарних груп обсяги продажів загалом були стабільними з невеликими різноспрямованими відхиленнями. Водночас з року в рік відбувалось збільшення частки витрат на фармацевтичні товари, обсяги продажу яких щорічно зростали: на 18,6% у 2018 році порівняно з 2017 роком, і на 19,5% в 2019 році порівняно з 2018 роком [16]. Ці зміни оцінені нами як важлива тенденція, яка відображає зростаючу заінтересованість населення України власним здоров'ям, ця ж тенденція, в свою чергу, було виявлена нами при дослідженні структури грошових витрат домогосподарств. Декілька обставин в означеному аспекті, на наш погляд, вартують особливої уваги. По-перше, в останні роки в роздрібному сегменті фармацевтичного ринку відбувались процеси активної консолідації. За даними синдикативної бази даних «Ахіота» та компанії «Proxima Research» частка топ-100 аптечних мереж за кількістю торгових точок за два роки збільшилась від 43,5% на початку 2018 року до 51,9 % станом на кінець 2019 року; також, активно протягом останніх трьох років зростав мегакластер (мегамережі, у складі яких налічується більше, ніж 50 торгових точок), його частка наразі становить 44, 6% [17]. Разом з тим, ситуація з можливістю придбання лікарських препаратів у міських та сільських споживачів істотно відрізняється: кількість торгових точок в містах

значно перевищує аналогічний показник в селищах міського типу і селах, відповідно, 5,67 і 5,67рази [17, рис. 9]. Зважаючи на те, що в деяких статистичних оглядах міським населенням вважається те, яке проживає власне в містах, а також і в селищах міського типу, то маємо ще більш вражаючу різницю, тобто, кількість торгових точок, якими може скористатися міське населення, перевищує можливості сільського за цим показником, в 6,67 рази [17, рис. 9]. Водночас за даними офіційної статистики середньорічна чисельність міського населення України за 2019 рік перевищує сільське всього в 2,28 рази [18, с. 6], що підтверджує істотну диференціацію міських і сільських споживачів за доступом до фармацевтичних товарів. Певною мірою цю ситуацію можна пояснити незаінтересованістю власників мереж розширювати менш вигідний бізнес в сільській місцевості.

Відмітно, що доволі стабільно в останні три роки зростав середній виторг на одну торгову точку – щороку близько на 13 %, проте в містах і селах ці дані відрізнялись. Так, за 2019 рік середній виторг на одну торгову точку в містах перевищував відповідне значення по селищах міського типу в 1,58 рази, а по селах – в 2,18 рази [17, рис. 13]. Таким чином, з боку попиту на фармацевтичні товари в сільській місцевості виник доволі значний дефіцит, який в останні роки збільшувався. За карантинних обмежень відсутність аптечних торгових точок в селах практично виключила можливість покупок в районних та обласних центрах, тому можна припускати наявність відкладеного попиту по чималій кількості позицій штучно виниклого дефіциту. Розв'язання означеної проблеми в фармацевтичному секторі, на наш погляд, має стати предметом невідкладного розгляду та прийняття відповідних управлінських рішень органами публічного управління та місцевої влади. Деякі ініціативи вже відбулись. В рамках XV Щорічного аналітичного форуму «Фармпогляд – 2020» експерти, позитивно

оцінюючи перспективи зростання фармацевтичного ринку та привабливість локального бізнесу, особливо виділили таку особливість нинішнього 2020 року: з регуляторної точки зору він обіцяє бути доволі насиченим для усіх стейкхолдерів системи охорони здоров'я [19].

Другою, на наш погляд, важливою обставиною, яка актуалізує дослідження змін у поведінці споживача щодо задоволення ним потреби в фармацевтичних товарах, стало гіпертрофоване опікування населенням охороною власного здоров'я, яке в останні роки поглибилось за рахунок самолікування. Рішення щодо купівлі безрецептурних лікарських препаратів стало звичним для населення. Дещо парадоксально, проте цьому сприяло активне запровадження європейського досвіду належної аптечної практики (GPP – Good Pharmacy Practice), настановами якої описані шляхи, якими провізори можуть покращити доступ до охорони здоров'я, заходи з покращення здоров'я та застосування лікарських засобів в інтересах пацієнтів. Доволі кваліфікована (і доступно цілодобова – в містах) допомога провізорів стала вимушеною альтернативою організаційно недореформованого медичного обслуговування в Україні. Слід врахувати, на нашу думку, також зростання довідково-консультативної доступності Інтернету і високу когнітивну здатність населення, близько третини якого (у віці 22 роки і старші) в містах має повну вищу освіту.

З настанням пандемії COVID – 19 проблема населення України щодо опікування охороною власного здоров'я спровокувала паніку. Запровадження карантину зумовило істотне зростання аптечного продажу лікарських засобів. За даними аналітичної системи дослідження ринку «PharmXplorer» / «Фармстандарт» компанії «Proxima Research» впродовж кількох перших днів оголошеного в Україні карантину обсяги продажу найбільш популярних препаратів зросли майже на 600% (АТС-група J05 «Противірусні засоби для

системного застосування») і на 500% (АТС-група D08 «Антисептичні та дезінфікуючі засоби»), а медичних масок – на 30 000% [20]. Споживачі активно купували також анальгетики, вітаміни та деякі інші засоби. В подальшому спостерігалась негативна динаміка продажів аптечних торгових точок і наближення до середніх значень. Є всі підстави вважати, що прагнення підтримувати запаси багатьох лікарських засобів ставатиме звичною практикою для домогосподарств, що може слугувати важливим сигналом для фармацевтичного сектору економіки України.

1.5. Висновки.

Поведінка вітчизняного споживача впродовж карантинних обмежень потребує ґрунтовного дослідження та пояснення, напрацювання прикладних операційних моделей для адекватного реагування з боку бізнесу і держави.

Базові положення теорії споживчого вибору були сформовані більш як півтора століття тому, проте вони залишаються засадотвірними для проведення економічної аналітики в різноманітних секторах та на різних рівнях економіки.

Система переваг споживачів в Україні загалом є стабільною. Про це свідчать результати проведеного нами аналізу структури грошових витрат домогосподарств України в 2017 – 2019 роках.

Вплив зміни доходу на структуру споживчих витрат, який свого часу визначив Енгель, об'єктивно існує. Про це свідчать результати дослідження структури споживання домогосподарств, ранжованих за децильними (10%) групами залежно від розміру середньодушових еквівалентних доходів.

Пандемія призвела до зміни споживчих переваг. Відбулося зміщення у бік товарів та послуг, які можуть отримуватися споживачем за умов карантинних обмежень та, бажано, не входячи з дому.

Водночас, бюджетні обмеження стали відчутними для переважної більшості споживачів, тому вони перейшли на бережливу модель поведінки. Наслідком цього може стати послаблення ефекту заміщення через протилежно спрямовану дію ефекту доходу. Карантинні обмеження у споживанні змінюють принципи раціонального вибору з урахуванням оптимальності за Парето.

Попит на деякі товари впродовж карантину різко змінився. Спостерігались явища ажіотажного попиту на лікарські препарати та інші товари, які, на думку споживачів, є предметами першої необхідності та могли зникнути з полиць магазинів. Проте «ажіотажні» зміни у споживчих перевагах були короткостроковими і розсіювалися по мірі зниження психологічної напруги.

Проявлення нових ознак поведінкових моделей є необхідним, оскільки вивчення кількісних співвідношень в структурі людських потреб сприяє підвищенню обґрунтованості аналітичного забезпечення управлінських рішень як на мікро- так і макрорівні національної економіки. Зазначене актуалізує потребу в аналізі сучасних моделей споживацьких переваг, перевірці сформованих у минулому столітті правил поведінки споживача та раціонального вибору.

Література:

1. Злупко С.М. (2007) *Українська економічна думка*. Хрестоматія. К. Знання.
2. Vilfredo Pareto. (1968) *Traité de sociologie générale, trad. Française de Pierre Boven, tome XXII des OEuvres complètes*, Librairie Droz, Geneve
3. Менгер К. (1903) *Основания политической экономии: Введение в критический обзор. Общая часть*. Одесса.
4. Щербина Ф. А. (1900) *Крестьянские бюджеты*. Воронеж. Изд. Императорского Вольного Экономического Общества.

5. Наливайко А. П. (2011) *Мікроекономіка*. К. КНЕУ.
6. *Класифікація індивідуального споживання за цілями*. Державна служба статистики України
<http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_kisc_2016.htm > (2020, 4 липня)
7. *Витрати і ресурси домогосподарств України у 2017 році*
<http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_vrdu2017_pdf.pdf> (2020, 4 липня)
8. *Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році*
<http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf> (2020, 4 липня)
9. *Витрати і ресурси домогосподарств України у 2019 році*
<http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/zb_vrd_19ue.pdf> (2020, 4 липня)
10. Engel E.(1881) *Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirtschaftleben der Nation*. Berlin
11. Обух В. *Частка витрат українців на харчі скорочується, на відпочинок – зростає*. <<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2635330-castka-vitrat-ukrainciv-na-harci-skorocuetsa-na-vidpocinok-zrostaе.html>> (2020, 4 липня)
12. Некрасов В. *Десять американських і українських компаній, які «піднялися» на карантині*
<<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/22/659639/>> (2020, 4 липня)
13. *Рекомендації з харчування для всієї сім'ї*.
<<https://www.myvin.com.ua/news/9779-rekomendatsii-z-kharchuvannia-dlia-vsiiei-simi-pid-chas-karantynu-covid-19> > (2020, 4 липня)
14. Pareto V. (1909) *Manuel d'economie politique*. Paris. Giard, 1909.
15. *Кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями у I кварталі*

2020 року <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operati2020/vvp/ksv/ksv_dg_lkv20_u.htm> (2020, 4 липня)

16. *Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі.*

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/tsrtp/tsrtp2017_u.htm
(2020, 4 липня)

17. Дмитрик К. *Інфраструктура роздрібного сегмента фармринку: підсумки 2019р. та ключові тенденції* <<https://www.apteka.ua/article/531126.htm>> (2020, 4 липня)

18. *Статистичний збірник. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2020 року* (2020) Київ. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operati2020/vvp/ksv/ksv_dg_lkv20_u.htm> (2020, 4 липня)

19. Дмитрик К. *Регуляторні зміни та їх очікуваний вплив на фармринок* <<https://www.apteka.ua/article/535980>> (2020, 4 липня)

20. Кірсанов Д. *Фармринок на карантині: спад триває та пасхальний антирекорд* <<https://www.apteka.ua/article/544009>> (2020, 4 липня)

References:

1. Zlupko S.M. (2007) *Ukrainska ekonomichna dumka*. Khrestomatiiia. K. Znannia. [in Ukrainian].

2. Vilfredo Pareto. (1968) *Traité de sociologie générale, trad. Française de Pierre Boven, tome XXII des OEuvres complètes*, Librairie Droz, Geneve [in French]

3. Menher K. (1903) *Osnovaniya polytycheskoi ekonomyy: Vvedeniye v krytycheskyi obzor. Obshchaia chast.* Odessa. [in Russian].

4. Shcherbyna F. A. (1900) *Krestianskye biudzhety*. Voronezh. Yzd. Ymperatorskoho Volnoho Ekonomycheskoho Obshchestva. [in Russian].

5. Nalyvaiko A.P. (2011) *Mikroekonomika*. K. KNEU. [in Ukrainian].
6. *Klasyfikatsiia indyvidualnoho spozhyvannia za tsiliamy*. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy
<http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_kisc_2016.htm>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
7. *Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy u 2017* rotsi<http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_vrdu2017_pdf.pdf> . [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
8. *Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy u 2018 rotsi* <http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
9. *Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy u 2019* rotsi<http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/zb_vrd_19ue.pdf>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
10. Engel E. (1881) *Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation*. Berlin. [in German]
11. Obukh V. *Chastka vytrat ukrainsiv na kharchi skorochuietsia, na vidpochynok – zrostaie*. <<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2635330-castka-vitrat-ukrainsiv-na-harci-skorocuetsia-na-vidpocinok-zrostaie.html>>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
12. Nekrasov V. *Desiat amerykanskykh i ukrainskykh kompanii, yaki «pidnialysia» na karantyni* <<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/22/659639/>> [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
13. *Rekomendatsii z kharchuvannia dlia vsiiei simi*. <<https://www.myvin.com.ua/news/9779-rekomendatsii-z-kharchuvannia-dlia-vsiiei-simi-pid-chas-karantynu-covid-19>>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)

14. Pareto V. (1909) *Manuel deconomie politique*. Paris. Giard, 1909. [in French].
15. *Kintsevi spozhyvchi vytraty domashnikh gospodarstv za tsiliamy u I kvartali 2020 roku* <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/vvp/ksv/ksv_dg_lkv20_u.htm>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
16. *Tovarna struktura rozdribnoho tovarooborotu pidpryiemstv rozdribnoi torhivli*.
<http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/tsrtp/tsrtp2017_u.htm> . [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
17. Dmytryk K. *Infrastruktura rozdribnoho sehmenta farmryнку: pidsumky 2019r. ta kliuchovi tendentsii*
<<https://www.apteka.ua/article/531126> htm>. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
18. *Statystychnyi zbirnyk*. Chyselnist naiavnoho naseleattia Ukrainy na 1 sichnia 2020 roku (2020) Kyiv. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [in Ukrainian].
19. Dmytryk K. *Rehuliatorni zminy ta yikh ochikuvanyi vplyv na farmrynok*
<<https://www.apteka.ua/article/535980> >. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)
20. Kirsanov D. *Farmrynok na karantyni: spad tryvaie ta paskhalnyi antyrekord* < <https://www.apteka.ua/article/544009> >. [in Ukrainian]. (2020, 4 lypnia)