

УДК 330.12

**СУСПІЛЬНІ АСПЕКТИ СУЧАСНИХ ЗМІН В СТРУКТУРІ ОСОБИСТОГО СПОЖИВАННЯ****А. В. Кудінова**ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
пр. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03680, Україна. E-mail: kudinovaalevtina@mail.ru

В статті досліджуються соціально-економічні чинники, що визначають трансформацію відносин між виробниками товарів масового попиту та споживачами. Проаналізовано один із тезисів неокласичного синтезу про те, що дії споживача, які призводять до максимізації суб'єктивного задоволення, створюють передумови для економічного зростання незалежно від інституціональних умов, що склалися у суспільстві. Досліджується феномен штучного зниження темпів спадання граничної корисності благ, іноді навіть поширення зростаючої граничної корисності благ масового попиту. Залежно від характеру впливу благ, що споживаються, на продуктивну здатність споживача, пропонується поділяти їх на блага для розвитку (розширення споживання яких здебільшого супроводжується зростанням продуктивних здатностей споживача) та звичайні блага (розширення споживання таких благ не призводить до приросту особистого ресурсу).

**Ключові слова:** виробництво, споживання, раціоналізація потреб, самообмеження.

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СТРУКТУРЕ ЛИЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ****А. В. Кудина**ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»  
пр. Победы, 54/1, г. Киев, 03680, Украина. E-mail: kudinovaalevtina@mail.ru

В статье исследуются социально-экономические факторы, определяющие трансформацию отношений между производителями товаров массового спроса и потребителями. Проанализирован один из тезисов неоклассического синтеза о том, что действия потребителя, которые приводят к максимизации субъективного удовлетворения, создают предпосылки для экономического роста независимо от институциональных условий, сложившихся в обществе. Исследуется феномен искусственного снижения темпов спада предельной полезности благ, иногда даже роста предельной полезности благ массового спроса. Предложено разделять все блага в зависимости от влияния их потребления на производительную способность потребителя. Первый тип – блага для развития (расширение потребления которых сопровождается ростом производительной силы потребителя). Второй тип – обычные блага (расширение потребления которых приводит к росту качества личного ресурса экономики).

**Ключевые слова:** производство, потребление, рационализация потребностей, самоограничение.

**АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ.** Визначальним чинником сучасного етапу економічного розвитку провідних капіталістичних країн є лімітуючий ефект особистісного фактору суспільного виробництва. Таке бачення ролі людини означає, що провідним джерелом ресурсів зростання і розвитку стає сфера відтворення людської працездатності, яка нині залежить більше від кваліфікації, знань і мотивації індивіда, ніж від власне фізіологічної працездатності (вимоги до фізіологічних параметрів працівника залишаються високими, але відповідність лише цим вимогам вже недостатня для підтримання затребуваної сучасним етапом розвитку ефективності економічної діяльності). Тому особисте споживання, сфера вираження споживчих уподобань набуває, з одного боку, провідного значення в системі факторів економічного зростання, з іншого, небувалої раніше свободи, коли бюджетне обмеження та вимоги підтримання фізіологічної працездатності втрачають значення провідних чинників споживчого вибору [8].

Особистість, в усій повноті і складності власних, значною мірою, вільних від економічних обмежень інтересів, виявляється в структурі споживчих витрат і визначає, що, як і заради чого споживається.

Водночас, урізноманітнення набору доступних для споживачів благ не лише забезпечує недосяжний раніше рівень задоволення потреб, а й

формує небачені витрати вибору (так звані трансакційні витрати) і втрати від його неоптимальності (наприклад, у роботах Стіглера [3]). Це дає виробникам потужні засоби впливу на споживчу поведінку і, в поєднанні з розвинутими фінансовими механізмами, практично знімає обмеження на розширення виробництва з боку попиту. В результаті, масштаби споживання починають розвиватись динамічніше, ніж виробничі можливості суспільства, норми і традиції споживання набувають природи нової культури, далекої від раціональності, з точки зору економічної цінності ресурсів і гуманістичних принципів суспільного розвитку.

Магістральний напрям сучасної економічної теорії ґрунтується на, загалом, суб'єктивній природі економічних цілей. Ступінь задоволення людських потреб, як найбільш загальний критерій оцінки функціонування господарської підсистеми суспільства, передбачає суб'єктивну природу такої оцінки [5, 7]. Відповідно цьому методологічному положенню, всі об'єктивні та вимірювані статистичні показники (ВВП на душу населення, національний дохід на душу населення, частка інвестицій у ВВП тощо) виконують роль лише проміжних індикаторів, які характеризують наявні передумови зростання чи зменшення задоволення індивідів. Проте кінцева мета функціонування господарської системи має суб'єктивну природу, економічна цінність сукупного набору благ, що

економіка надає в розпорядження звичайного індивіда оцінюється залежно від його *суб'єктивних* уподобань. Приклади застосування цієї теоретичної бази для вирішення практичних завдань регулювання суспільного життя – і дисконтування середніх доходів, одержуваних особою в процесі розрахунку ІЛР [2], і обґрунтування заходів політики державного перерозподілу з урахуванням спадної граничної корисності доходу, і виділення окремої складової ефективності економіки, пов'язаної з досягненням «розподільчої ефективності» [4, с. 102–114]: навіть без зростання запасу благ, досяжного для суспільства, його добробут може зростати за рахунок обмінних трансакцій, коли блага передаються від індивіда, який цінує їх менше, до індивіда, який цінує їх більше.

Важко переоцінити гуманістичний потенціал такого теоретичного підходу до оцінювання функціонування економіки. Саме він дозволяє свідомо регулювати і стимулювати процеси перетворення економіки на засіб задоволення потреб населення, дозволяє оцінювати ступінь її соціалізації, аналізувати вплив принципово різних, за природою чинників суспільного добробуту – технологічних можливостей суспільства, з одного боку, і досконалості суспільних інститутів, від функціонування яких залежить міра використання технологічних можливостей – з іншого.

Проте, якщо виробнича функція суспільства, закономірності розподілу, як чинники зростання чи зниження суспільного добробуту є предметом багаточисельних наукових досліджень, то остання фаза суспільного відтворення – власне процеси споживання, перетворення наявного запасу благ на суб'єктивне задоволення, сприймаються економічною наукою як екзогенна умова, як даність, що не перебуває під впливом економічних умов. Відповідно, основні положення теорії споживчих уподобань, що визнаються первинною спрямовуючою силою економічного розвитку, залишаються нині практично у тому самому вигляді, в якому вони були сформульовані фундаторами маржиналістської революції (в межах кардиналістського напрямку) та Хіксом і Слуцьким (в межах ординалістського її напрямку).

Метою статті є дослідження суспільних проявів сучасних змін в структурі особистого споживання.

**МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ.** Сучасне виробництво товарів масового попиту, наприклад, електронної техніки, побутової хімії, одягу, взуття, медикаментів тощо, здійснюється переважно глобальними компаніями в умовах високого рівня концентрації виробництва та централізації управління. Виробничі структури такого масштабу функціонують за законами відтворення бюрократичного апарату, а не за принципами підприємництва. Це означає, що цільова функція, яка реально формує пріоритети діяльності таких компаній, не може зводитись лише до максимізації прибутків, вона неминує включати й тяжіння до розширення масштабів діяльності самої організації та її структурних підрозділів. Якщо на ринках, далеких від умов досконалості

конкуренції (олігопольні ринки і ринки монополістичної конкуренції) сучасні суспільства сформуливали більш-менш ефективні механізми узгодження інтересів споживачів і виробників, діяльність яких спрямована на максимізацію прибутків, то баланс інтересів споживачів і виробників, що тяжіють до максимізації масштабів власної діяльності зводиться до максимального розширення масштабів споживання.

Відповідно, чи не пріоритетний напрям використання ресурсів великих виробників – засоби впливу на споживчу поведінку, які підлаштовують норми і культуру споживання під потреби максимального розширення масштабів виробництва. Такі засоби впливу, з одного боку, зменшують витрати пошуку потрібного об'єкта задоволення потреби для споживачів, з іншого, формують передумови такого вибору, детермінують його, спонукаючи до таких масштабів і структури споживання, які відповідають потребам розширення масштабів діяльності великих виробників.

Внаслідок трансформації відносин між виробниками продукції масового попиту і споживачами, сучасне суспільство стикається з феноменом штучного зниження темпів спадання граничної корисності благ, іноді навіть поширення зростаючої граничної корисності благ масового попиту.

Результати такого впливу різні, залежно від характеру пропонованих споживачам благ. Для пояснення природи такої принципової, на нашу думку відмінності, ми пропонуємо в даній роботі поділ всіх благ, що надходять до особистого споживання на дві групи: *блага для розвитку* (блага, розширення споживання яких, здебільшого супроводжується зростанням продуктивних здатностей споживача) і звичайні блага, або *«блага для комфорту»*, щодо яких така залежність між розширенням споживання і приростом продуктивної сили особистого ресурсу не спостерігається.

Так само, як і традиційний для сучасної економічної науки поділ благ на блага для особистого споживання і інвестиційні блага, запропонована нами класифікація стосується більшою мірою не самих благ, а суб'єкту, що їх споживає, його мотивів й місця в економічних відносинах. Так само, як автомобіль може класифікуватись і до благ особистого споживання, і до інвестиційних благ (залежно від мети його придбання і подальшого використання), так і придбання книги можна класифікувати до акту купівлі «блага для розвитку», якщо ознайомлення з нею зумовило приріст продуктивної здатності споживача, і до групи «звичайні блага», якщо цього не відбувається.

Звернемо увагу, що явище зростаючої граничної корисності блага широко відоме, зокрема, в сфері людського розвитку і формування людського капіталу. Цікаво, що такі специфічні товари, як освітні послуги та окремі їх елементи (книги, лекції, семінари тощо) традиційно розглядаються як блага зі зростаючою граничною корисністю.

Такий парадоксальний ефект пояснюється тим, що їх споживання, вимагаючи зусиль від споживача, зумовлює трансформацію останнього, його перехід до нового, якісно відмінного стану. Практично, споживання таких товарів стає формою особистісного і професійного розвитку людини, запорукою розширення її можливостей та потенціалу участі в економічній діяльності для примноження власного і суспільного добробуту. В цьому випадку додатний характер залежності попиту від ціни (зростання граничної корисності одиниці блага за збільшення обсягів споживання) можна вважати виправданим, не штучним, а заданим їх роллю у відтворювальних суспільних процесах: кожна наступна одиниця знань та навичок, застосованих у виробництві не підлягає дії закону спадної віддачі, тому виправдано, що і корисність благ, необхідних для примноження запасу знань та вмій не підлягає дії закону спадної граничної корисності.

Покажемо цю закономірність докладніше. Ми вважаємо, що попит на блага, які забезпечують розвиток особистості, споживання яких передбачає зусилля споживача, які об'єднують процеси споживання і виробництва в діяльності особи, не підлягає дії закону спадної граничної корисності. Споживання таких благ не протиставляється процесам праці, як матеріальне забезпечення відпочинку, спрямоване на поновлення витраченої життєвої енергії, а є іншим аспектом творчої праці. Процеси споживання такого блага супроводжується розширенням особистісного і економічного потенціалу людини, змінюють її відносини з суспільним виробництвом та вплив особи на процеси створення благ. Отже, розширення такого споживання, по-перше, не спричиняє надмірного тиску на виробництво з боку попиту (додаткова порція знань, наданих одній особі не накладає жорстких обмежень на залишок знань, що можуть бути передані іншим – властивість благ суспільного споживання), по-друге, сприяє зростанню ефективності виробничої функції суспільного виробництва, насичуючи його єдиним ресурсом, що не підлягає дії принципу спадної віддачі.

Певна «розмитість», невизначеність параметрів ринкової рівноваги, що властива взаємодії попиту і пропозиції в умовах стабільної чи зростаючої граничної корисності блага, стає прийнятною, позбавляється значення чинника відхилення від умов оптимального розподілу ресурсів і доходів.

Звернемо увагу на доцільність запропонованої нами класифікації благ (блага для комфорту і блага для розвитку) навіть з урахуванням наявності досить потужної та визнаної теорії людського капіталу, яка передбачає виділення певного класу благ, споживання яких трактується як «інвестиції в людський капітал» [1]. В межах цієї теорії, спонукання до споживання таких благ зводиться до очікуваного приросту майбутніх доходів, тобто забезпечується лише ринковими цінами. Практично, споживання таких благ виводиться за межі особистого споживання і прирівнюється до інвестицій у розвиток виробничих можливостей (що є спільним для нашого бачення і теорії

людського капіталу), але є і принципова відмінність: ми вважаємо, що рушійна сила зростання такого споживання, як би ми його не називали, споживання «благ для розвитку» чи «здійснення інвестицій в людський капітал» має неринкову природу. Не очікування майбутніх доходів, а саме специфічні споживчі переваги зумовлюють вибір людей, які надають перевагу навчанням над відпочинком, пошуку нового – над поширенням давно відомих рішень, зусиллям – над потаканням власним слабостям.

Таким чином, явище стабільної чи навіть зростаючої граничної корисності благ, що забезпечують розвиток особистості не лише не має руйнівного потенціалу щодо стабільності врівноваження потреб і виробничих можливостей суспільства, а формує якісно нову систему їх гармонізації. Таке зростання індивідуального споживання не обмежує запас благ, що залишається в розпорядженні суспільства, а навпаки – розширює можливості забезпечення приросту суспільного добробуту в майбутньому.

Крім того, процес споживання таких благ (благ, що забезпечують розвиток особистості) несуперечливо поєднується із процесом праці (виробництва), усуваючи їх протиставлення в обопільній трансформації в творчість. Також знімається гострота проблеми розподілу ресурсів між особистим і виробничим споживанням – заощадження із громіздкою системою перетворення їх на інвестиції (фінансовим ринком, який в сучасних умовах набув ролі чи не головного осередку формування збурень і кризових тенденцій глобального масштабу) втрачає монополію на акумуляцію ресурсів для розширеного відтворення виробництва. Особисте споживання стає джерелом розвитку і підвищення виробничого потенціалу не менше, ніж сфера освоєння інвестицій в фізичний капітал. Нова якість особистісного чинника виробництва, що набувається в такому споживанні, слугує чи не головним нині фактором зростання індивідуальної продуктивності й суспільної ефективності виробничої діяльності.

Можна вважати, що таке споживання є практично інвестиціями в усунення «Х-неефективності» за Х. Лейбстайном, тобто саме того чинника, який обмежує можливості збереження зростаючої віддачі від масштабу. Новітні моделі просторового аспекту економічного розвитку (роботи П. Кругмана) свідчать, що масштаб і концентрація виробництва стають чи не головними чинниками економічного зростання і розвитку, набуваючи кумулятивного ефекту: концентрація виробництва зумовлює зростання продуктивності й доходів, відповідно, нарощення попиту та зняття інвестиційних обмежень, що в свою чергу, сприяє подальшій концентрації і так далі. В такому випадку, теоретично, закономірна максима розвитку галузевого виробництва – його повна концентрація в умовах єдиного виробничого комплексу. Проте реальність свідчить, що потужним рушійним силам процесів концентрації протистоять не менш потужні сили, які її обмежують. На нашу думку, ці сили, в першу

чергу, пов'язані з наростанням явища X-неефективності в процесі збільшення масштабів виробництва. Розгалуження організаційної структури, розпорощення відповідальності за кінцеві результати стає середовищем поширення X-неефективності, саме коли зовнішні відносно людини мотиватори і стимули слабнуть, загострюється проблема розриву між особистими цілями і цілями організації, між пріоритетами, що декларуються й тими, що реально проявляються в діяльності й закріплюються в системі відтворення певного способу прийняття рішень.

Тому з розширенням споживання благ для особистого розвитку, в складі особистого споживання знімається (пом'якшується) вплив обмежень раціональної концентрації, що називають «X-неефективністю», створюються мотиваційні та комунікаційні умови для більш повного використання переваг оптимізації виробничого масштабу з огляду на мінімізацію трансформаційних витрат.

Отже, ми одержуємо якісно новий критерій оцінювання відповідності структури особистого споживання вимогам стабільного (сталого) розвитку суспільства: чим більше в структурі особистого споживання частка благ «для розвитку», споживання яких супроводжується зростанням здатності споживача брати участь в суспільному виробництві, тим менше в суспільстві формуються рушійні сили кризових явищ та негативних тенденцій надмірного тиску споживання на виробництво. Чим більша частка товарів «для комфорту», тим інтенсивніше виражаються передумови кризових тенденцій в економіці, механізми спрацювання яких містяться здебільшого в фінансовій сфері, яка, власне, й надає механізми для розриву міри продуктивності особи і міри доступного для неї споживання.

Таким чином, описана нами зміна структури споживання матиме позитивний вплив і на продуктивність включення особистісного чинника до виробничої функції суспільства: зростання

загального обсягу економічних результатів ставатиме скоріше функцією інвестицій в людський розвиток (чим більшою буде частка благ для розвитку в структурі особистого споживання, тим вагомішою, з точки зору суспільного розвитку, є ця інвестиція). Якість продуктів інтелектуальної праці, швидкість їх поширення в усіх сферах економічної діяльності вже нині визначає продуктивність та економічну ефективність праці більше, ніж масштаби накопичення фізичного капіталу, адже віддача від нього визначається саме тими властивостями особистого ресурсу, набуття яких щільно пов'язане із переважанням благ для розвитку в складі особистого споживання.

Принципово інша ситуація, на нашу думку, складається стосовно товарів, споживання яких не передбачає «якісної трансформації споживача», не зумовлює примноження його особистісного і економічного потенціалу. Якщо б товари масового попиту, призначені для збільшення комфорту, для відпочинку, як антитези праці (одяг, взуття, побутова техніка тощо) були підпорядковані природно, функціонально, фізіологічно детермінованому закону спадної граничної корисності, функція попиту на них мала б досить крутий кут нахилу – для неї були б властиві високі темпи скорочення граничної корисності. Проте насправді, характер кривої попиту на ці блага детермінується культурою й традиціями споживання, а вони в сучасних умовах перебувають під потужним впливом виробників таких товарів. Відповідно, кут нахилу функції попиту зростає і чим більше, тим гострішою для суспільства стає проблема надмірного споживання.

Феномен втрат суспільного добробуту внаслідок «надлишкового споживання» блага широко відомий в сучасній літературі [4, с. 112]. Якщо ринкова ціна встановлена на рівні нижчому за граничні витрати виробництва, кожна додатково спожита одиниця блага, після обсягу  $Q_n$  (див. рис. 1) зумовлює втрати суспільного добробуту, і тим більший, чим пологіший кут нахилу кривої попиту.

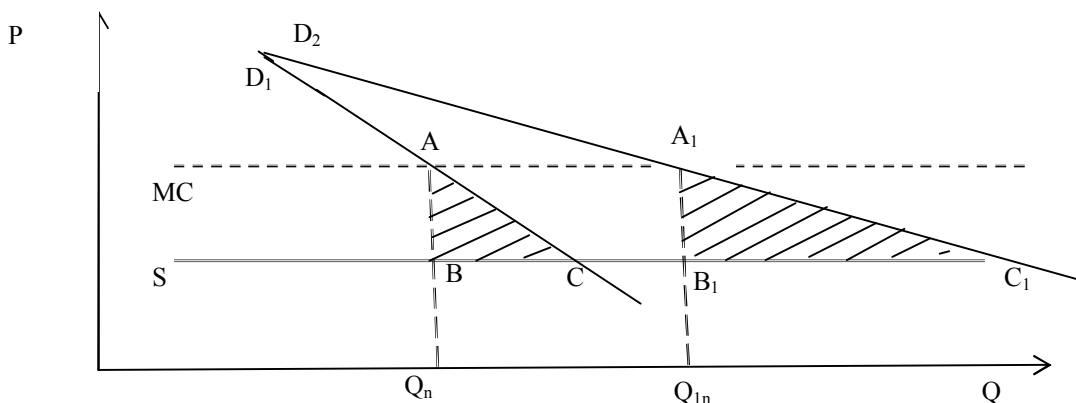


Рисунок 1 – Втрати добробуту від надмірного споживання за низької ( $D_1$ ) і високої ( $D_2$ ) цінової еластичності попиту [4, с. 115]

Як бачимо з рисунка 1, за низької цінової еластичності попиту ( $D_1$ ) втрати суспільного добробуту внаслідок надлишкового споживання будуть меншими, ніж у випадку високої цінової еластичності попиту ( $D_2$ ). Для оцінки втрат

суспільного добробуту традиційно використовується методика «трикутників Харбергера» [6, с. 134–146] (на нашому рисунку трикутник  $VAC$  – для випадку швидкого скорочення попиту із зростанням ціни і  $V_1A_1C_1$  –

для випадку повільного скорочення попиту за зростання ціни).

Зміст цього трикутника в тому, що за умови, коли ціна менша граничних витрат (задано вищим розташуванням лінії  $MC$ , порівняно із лінією пропозиції –  $S$ ), то кожна одиниця продукції, продана після досягнення обсягу  $Q_n$  і до точки  $C$  зумовлюватиме втрати суспільного добробуту. Це зумовлено тим, що споживачі, купуючи ці блага отримують корисність меншу, ніж можна було б отримати від альтернативних способів використання ресурсів, витрачених на виробництва ( $P = MU < MC = MU_a$ ).

Дійсно, граничні витрати виробництва ( $MU$ ) насправді задають втрачену корисність благ, альтернативних блага, попит на які задано лінією  $D_1$ . Ціна ( $P$ ) – виражає граничну корисність споживача. Якщо ціна менша граничних витрат, він споживає корисність меншу, ніж можна було отримати за тих самих витрат виробничих ресурсів.

Зростання цінової еластичності попиту закономірно збільшує такі втрати добробуту (площа трикутника  $BA_1C_1$  більша площі  $BAC$ ).

Отже, якщо врахувати, що вплив виробника на

функцію попиту (через рекламу, формування суспільного ажіотажу, техніки інформаційного маніпулювання тощо) зумовлює суттєве зростання цінової еластичності попиту, то ми отримуємо важливе тлумачення наведеної схеми. Тоді функція попиту  $D_2$  відображає залежність попиту від ціни під впливом засобів впливу виробників на споживачів, а функція  $D_1$  – залежність обсягів попиту від ціни, що відображає лише функціональну корисність товару, у випадку відсутності засобів впливу виробників на споживачську поведінку. Бачимо, що прямим результатом такого впливу стає зростання масштабів втрати суспільного добробуту від надмірного споживання.

Ще більш загрозливою стає ситуація, коли зусиллями впливу виробників на споживачську поведінку формується зростаюча залежність попиту від ціни (поширеність такої залежності й цінність аналітичного інструментарію, що передбачає таку можливість є темою масштабної наукової дискусії, що виходить за межі цієї статті). Така ситуація зображена на рис. 2.

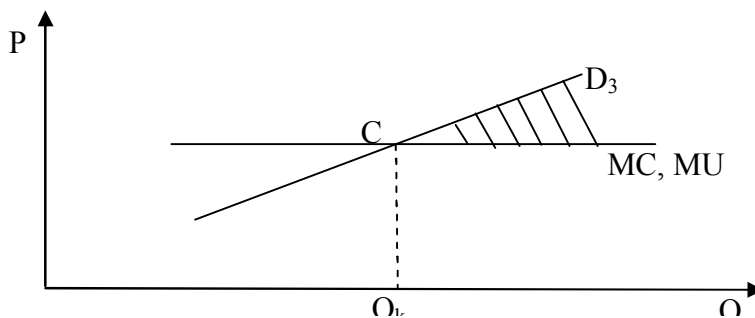


Рисунок 2 – Втрати добробуту від надмірного споживання за розривом між функціональною ( $MU=MC$ ) і вираженою в попиті ( $D_3$ ) граничною корисністю блага

На ньому після перетину лінії попиту і граничних витрат (точка  $C$ ) функціональна корисність блага залишається незмінною на рівні граничних витрат ( $MU = MC$ ), але корисність, що керує попитом (сформована впливом виробника на споживачську поведінку) продовжує зростати, формуючи фактичну ціну попиту.

Якщо засоби впливу виробників на споживачів зумовлюють розрив між функціональною граничною корисністю блага і корисністю, що стає основою попиту (на рисунку розділення ліній  $D_3$  та  $MU$  після точки  $C$  за обсягу  $Q_k$ ), то втрати суспільного добробуту, зумовлені купівлею додаткової одиниці продукції після обсягу  $Q_k$  не скорочуються, як на рис. 1, а зростають з кожною наступною одиницею продукції. Власне обмеження втрат суспільного добробуту задається лише потужністю засобів впливу виробника на споживачів: їх здатністю підтримувати розрив між функціональною (без врахування впливу реклами та маніпулювання інформацією, ідеологією тощо) і фактично реалізованою в ціні попиту корисністю блага.

Ключовим моментом наведеної схеми є відмінність між лініями  $MC$  та  $S$ . Відповідно, пояснення вимагають обставини, що дозволяють нам припускати встановлення ціни на рівні, нижчому за граничні витрати виробництва. Чому ми вважаємо, що в сучасних умовах це є достатньо поширеним явищем, а не рідкісним виключенням? Ми обґрунтовуємо це за допомогою також широко відомого і описаного в літературі явища розриву між приватними і суспільними витратами виробництва певного блага. В умовах глобалізації сучасного виробництва приватні витрати виробників не враховують суспільні витрати від заниженого рівня оплати праці та низької якості соціального захисту в країнах, куди переноситься виробництво продукції (країни «третього світу» із низьким рівнем оплати праці). Проте ці витрати мають місце як в самих таких країнах, трудові ресурси яких потерпають практично від дискримінації праці (за працю аналогічної кваліфікації, важкості та інтенсивності ТНК виплачують працівникам таких країн в рази меншу винагороду, ніж одержують працівники на

аналогічних робочих місцях в розвинутих країнах), так і в самих розвинутих країнах (які потерпають від нелегальної еміграції, несуть витрати на захист від неї, а також стикаються із обмеженою вибірковою здатністю такого захисту – прагнучі захисту національний ринок праці від дешевої некваліфікованої робочої сили, країни стикаються із проблемами задоволення потреб в кваліфікованих кадрах за рахунок закордонних джерел).

#### ВИСНОВКИ.

1. Потужні важелі впливу, що мають виробники товарів масового попиту на споживчу поведінку зумовлюють штучне (пов'язане не з функціональними властивостями товару, а з полегшенням вибору та набуттям споживачем ознак культурної ідентичності, належності до певної соціальної групи) спадання темпів скорочення граничної корисності благ в міру розширення масштабів їх споживання. Відповідно, сучасні норми споживання виступають скоріше феноменом культури, елементом взаємодії великого бізнесу й індивідів, ніж результатом узгодження економічної оцінки витрат виробництва і функціональних властивостей його результатів.

2. В контексті дослідження продуктивної здатності споживача, ми пропонуємо поділ благ на блага для розвитку (розширення споживання яких, здебільшого супроводжується зростанням продуктивних здатностей споживача) і звичайні блага, або «блага для комфорту» – щодо яких така залежність між розширенням споживання і приростом продуктивної сили особистого ресурсу не спостерігається.

3. Підкреслимо принципову відмінність запропонованої нами класифікації благ від сформульованої в межах теорії людського *капіталу поділу часу на час для заробітку* (для одержання поточного доходу та забезпечення його приросту в майбутньому) і *час для безпосереднього споживання корисностей*. В межах згаданої теорії, спонукання до інвестицій в людський капітал (практично, те саме, що у нас – споживання «благ

для розвитку») зводиться до очікуваного приросту майбутніх доходів, тобто забезпечується лише ринковими цінами. Хоча споживання таких благ прирівнюється до інвестицій у розвиток виробничих можливостей (що є спільним для нашого бачення і теорії людського капіталу), але є і принципова відмінність: ми вважаємо, що рушійна сила зростання такого споживання має неринкову природу. Не очікування майбутніх доходів, а саме специфічні споживчі переваги зумовлюють вибір людей, які надають перевагу навчання над відпочинком, пошуку нового – над поширенням давно відомих рішень, зусиллям – над потаканням власним слабостям.

4. Через те, що нарощення масштабів виробництва, максимальне розширення масштабів споживання стає максимом інтересів і виробників товарів, і споживачів, в суспільстві масового споживання формуються передумови порушення збалансованості міри споживання і міри продуктивності праці. Загостренню цієї проблеми сприяє зростання питомої ваги «товарів для комфорту» в складі споживчих витрат навпаки, зменшує деструктивний потенціал розширення споживання збільшення питомої ваги «благ для розвитку». Подолати це порушення можливо, на наш погляд, за умов формування *соціальної відповідальності споживання*, як комплексного фактору, що сприяє трансформації мотивації «масового споживача» на відповідальну мотивацію. Моральне, естетичне, творче відношення до споживання сьогодні перетворюється на чинник культурного розвитку та духовного збагачення особистості.

5. В умовах наявності вагомого розриву між приватними і суспільними витратами діяльності глобальних корпорацій (приватні витрати таких виробничих структур не враховують витрат від заниженого рівня оплати праці та слабкості соціального захисту в країнах, куди переноситься виробнича база) розширення споживання їх продукції супроводжується вагомими втратами суспільного добробуту від надлишкового споживання.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Беккер Г. С. Теория распределения времени // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.3. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – 334 с.

2. Доклад о развитии человека 2010, 20-е, юбилейное издание. Реальное богатство народов: пути к развитию человека / Издательство «Весь мир». – 2010 г.

3. Стиглер Джордж Дж. Экономическая теория информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame\\_rightn\\_newlife.pl?type=in&links=./in/stigler/works/stigler\\_w3.txt&img=works\\_small.gif&name=stigler](http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame_rightn_newlife.pl?type=in&links=./in/stigler/works/stigler_w3.txt&img=works_small.gif&name=stigler)

4. Стігліц Дж. Е. Економіка державного сектора /

Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К: Основи, 1998. – 460 с.

5. Туроу Л. К. Будущее капитализма. Как сегодняшние экономические силы формируют завтрашний мир. Новосибирск: Сибирский хронограф, 1999. – 320 с.

6. Пути экономического роста. Международный опыт: пер. с англ. / А. Харбергер, Дж. Гортни, Р. К. Веддер. – М.: Деловой экспресс, 2001. – 175 с.

7. Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Вильямс, 2005. – 530 с.

8. Хикс Дж. Р., Аллен Р. Г. Пересмотр теории ценности / Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.1. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 2000. – 380 с.

**SOCIAL ASPECTS OF MODERN CHANGES IN THE STRUCTURE OF INDIVIDUAL CONSUMPTION****A. Kudinova**

Vadim Getman Kyiv National Economic University

Prospect Peremogy, 54/1, Kyiv, 03680, Ukraine. E-mail: kudinovaalevtina@mail.ru

The socio-economic factors which determine the transformation of relations between producers of consumer goods and consumers are studied. One of the neoclassical theses is analysed: consumer's behaviour, that maximizes individual satisfaction, predetermines the economic growth in spite of the institutional conditions in a society. Phenomenon of factitious slowdown of the rate of decline of the marginal utility of goods, sometimes even increase of the marginal utility of consumer good is considered. It is suggested to share all the goods according to the impact of their consumption on the consumer's producing capacity. The first type - the developing goods (the consumption growth is accompanied by the growth of the consumer's producing capacity). The second type - the usual goods (the consumption growth provokes qualitative increase of the personal economic resource).

**Key words:** production, consumption, rationalization of consumption, self-restraint.

## REFERENCES

1. Bekker, G. S. (1999), "Theory of the distribution of time", *Milestones of economic thought. The theory of consumer behavior and demand*, no.3, School of Economics, St. Petersburg, Russia, available at: [http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame\\_rightn\\_newlife.pl?type=in&links=./in/becker/works/becker\\_w2.txt&img=works.jpg&name=becker](http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame_rightn_newlife.pl?type=in&links=./in/becker/works/becker_w2.txt&img=works.jpg&name=becker) (accessed March 7, 2015).
2. *Doklad o razvytyy cheloveka 2010, 20-e, ubyleynoe yzdanye. Realnoe bohatstvo narodov: puty k razvytyyu cheloveka* [Human Development Report 2010, 20th, anniversary edition. Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development], Publisher "The whole world", Moscow, Russia.
3. Stigler, G.J. [Economic theory of information], available at: [http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame\\_rightn\\_newlife.pl?type=in&links=./in/stigler/works/stigler\\_w3.txt&img=works\\_small.gif&name=stigler](http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame_rightn_newlife.pl?type=in&links=./in/stigler/works/stigler_w3.txt&img=works_small.gif&name=stigler) (accessed March 7, 2015).
4. Stiglitz, J.E. (1998), *Ekonomika derzhavnoho sektora* [Economics of the public sector], Translated by Olijnyk A., Skil'skyj R., Osnovy, Kyiv, Ukraine.
5. Turou, L.K. (1999), *Budushchee kapitalyzma. Kak sehodnyashnye ekonomicheskiye syly formiruyut zavtrashnyy myr* [Future of Capitalism. How today's economic forces shape tomorrow's world], Sibirskiy hronograf, Novosibirsk, Russia.
6. Harberger, A.C. (2001), *Puty ekonomicheskoho rosta. Mezhdunarodnyi opyt* [Economic growth. International experience], Delovoj ekspress, Moscow, Russia.
7. Heine, P. (2005), *Ekonomicheskyy obraz myshleniya* [Economic way of thinking], Williams, Moscowa, Russia.
8. Hiks, D., Allen, R. (2000), "Revision of the theory of value", *Milestones of economic thought. The theory of consumer behavior and demand*, no.1, School of Economics, St. Petersburg, Russia.

Стаття надійшла 20.02.2015