

А.В. Кудінова, д-р екон. наук, доц.,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ВІДНОСИНИ СПОЖИВАННЯ В ДИСКУРСІ ГЛОБАЛЬНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ЕКОНОМІЇ

Друга половина ХХ – початок ХХІ ст. ознаменовані кардинальними трансформаціями світового господарства, що знайшли свій прояв у кінцеве та проміжне формуванні глобальної моделі економічного розвитку. Суттєвих змін зазнає вся система відтворення суспільного продукту – від умов та характеру виробництва матеріальних і духовних благ до моделей, способів та технологій їх споживання, тобто охоплює структуру, пропорції, кількісні та якісні параметри витрат і споживання суспільства. В глобалізаційну епоху дослідницький інтерес фокусується на принципово новій, домінантній ролі фази споживання, яка задає вектор дії іншим фазам суспільного відтворення.

Ключові слова: споживання, глобальна політична економія, глобалізація.

За своєю природою споживання на всіх етапах розвитку людства поділялось, як відомо, на кінцеве та проміжне, виробниче та особисте, тощо. Проте постіндустріальний етап розвитку не просто змінив акценти, а надав особистому споживанню виключної ролі:

- по-перше, в умовах формування інформаційного суспільства, заснованого на генеруванні знань, впровадженні інформаційно-комунікативних технологій, творчості й самореалізації як провідного мотиву економічної діяльності все складніше розподілити робочий час та час дозвілля, відпочинок та працю, виробниче та невиробниче, кінцеве та проміжне споживання у представників креативно-інформаційного класу.

- по-друге, все більша кількість благ, що споживаються, виражена не речами, а послугами. Споживання, особливо споживання інтелектуальних, інформаційних, мережових благ та послуг, вимагає все менше часу споживчої активності для безпосереднього задоволення потреб, і все більше локацій та інфраструктури споживчої діяльності. Зростання добробуту, збільшення життєвого циклу споживчої активності індивіда, гнучкість та прискорення його щоденного часового циклу забезпечується в тому числі споживанням в мережі та через мережу Інтернет, мобільністю споживачів, їх одночасною концентрацією (в центрах споживчої активності та Інтернеті) та розсіюванням (в інших процесах соціальної взаємодії, що не пов'язані зі споживанням), прискоренням циркуляції інформаційних потоків, свободою вибору в організації роботи та споживанні.

- по-третє, перетворення індивіда на центр всієї економічної системи розширила межі особистого споживання за рахунок індивідуального, колективного, суспільного споживання. Рівень особистого споживання перетворився на визначальний критерій соціально-економічного розвитку.

МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Структурні зрушення в особистому споживанні на всіх рівнях економічної системи, супроводжується процесами софтизації, сервізації, екологізації, естетизації, віртуалізації споживання.

Ключові процеси, що супроводжують структурні зрушення в особистому споживанні на всіх рівнях економічної системи*

Процес	Сутність	Детермінанти виникнення	Форми прояву
1	2	3	4
<i>Софтизація</i>	Зростання в структурі споживання питомої ваги нематеріальних благ, благ з високою часткою інформаційного, когнітивного насичення	Софтизація виробництва – перетворення сфери нематеріального виробництва на фактор соціально-економічного розвитку	У 1981 р. частка послуг інформаційного характеру в споживчих витратах американських домогосподарств становила 11,8%, у 2011 р. – 21,1%
<i>Сервізація</i>	Зростання у структурі споживання питомої ваги послуг	Софтизація виробництва та споживання, ускладнення вимог до якості робочої сили, автоматизація виробничих процесів та ін.	В США у 1901 р. частка послуг в споживчих витрат домогосподарств становила 9%, у 2011 р. – 57,5%
<i>Етичність</i>	Морально-етична детермінація споживання (захист навколишнього середовища; дотримання прав людини; поєднання особистих інтересів із суспільними)	Високий рівень розвитку економіки, тяжіння соціально активної, платоспроможної частини населення до свідомого та відповідального управління власним споживанням	Маркування продукції: organic (екологічно чисті методи виробництва), Fairtrade (добровільне дотримання гідних умов праці), rainforest alliance (відповідність принципам захисту природи)

ПАРАДИГМАЛЬНІ ЗРУШЕННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ ХХІ СТ.

Естетичність	Розширення простору естетичних очікувань, зростання ролі дизайну товару та упаковки	Високий рівень життя, суспільство масового споживання, розвиток маркетингу та ін.	Естетизація дозвілля, виробництва, безпосереднього процесу споживання (вигляд, дизайн, якість, упаковка, спосіб реалізації продукту)
1	2	3	4
Екологізація	Орієнтація споживачів на природо- та ресурсозберігальне споживання	Екологізація виробництва, наукового мислення, суспільної свідомості, екологічна свідомість споживача	Вибір товарів тривалого користування (slow fashion); спільне/колективне споживання, локалізація, регіоналізація, оптимізація споживання

Сучасне споживання вимагає від споживача не просто навичок споживання (які за необхідності досить швидко формуються), а знань, які знаходять втілення в споживчій поведінці: купівельна поведінка – в сфері обміну; фінансова поведінка – в сфері розподілу; виробнича – в сфері ведення домашнього господарства; інвестиційна – в сфері накопичення людського потенціалу тощо. З одного боку, активність поведінки споживача залежить від ступеню розвитку його потреб, бажань, смаків та наявних можливостей та доступних ресурсів. З іншого – якісно нова інформаційна економіка детермінує структурні зрушення в споживанні та вимагає відповідної, якісно нової структури виробництва, адекватної потребам інноваційного розвитку.

Глобальна політична економія активно досліджує зміни характеру взаємозв'язку між виробництвом та споживанням. Задоволення базових потреб змінило провідну мету споживання індустріального суспільства – виживання, людина в ХХІ столітті прагне задоволення інтелектуальних та духовних потреб. Особисте споживання урізноманітнюється, ускладнюється, зростає, відображаючи і національну та ментальну унікальність, і глобальну орієнтованість уніфікованої моделі гедоністичного споживання.

Розширення споживчого вибору сприяє раціоналізації споживання (так звана «макдоналізація» – перенесення принципів раціонального виробництва на споживання): уніфіковані блага обумовлюють стандартизацію споживання, а через економію грошових та часових ресурсів прискорюють та інтенсифікують процеси споживання. В свою чергу, глобальне розповсюдження цих механізмів через інтернаціоналізацію споживання, надає особистому споживанню глобального характеру, формує глобальний попит.

МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Якщо традиційна політекономія наголошувала на саморегуляції капіталістичної системи (якщо темпи зростання I підрозділу (виробництво засобів виробництва) суттєво перевищують темпи зростання II підрозділу (виробництво предметів споживання), то через певний проміжок часу пропорції обов'язково зміняться і другий підрозділ розвиватиметься швидше за перший), то нині детермінантою споживчої активності виступає, скоріше, інвестиційна активність виробників через використання реклами та фінансових важелів (комерційне кредитування тощо). В результаті, динаміку суспільного відтворення визначає не стільки суперечність між максимізацією прибутку та раціоналізацією виробництва, скільки протиріччя між постійно зростаючою продуктивністю та повільно зростаючим попитом (обумовленим меншою динамічністю потреб). Виробник змушений контролювати не лише виробництво, ціни, але й споживчий попит, продукт, затребуваний за цими цінами, вивчати ринок ще в довиробничий період, «привчати» покупців до свого товару, контролювати та управляти вибором споживача. Дж. Гелбрейт назвав це «перегорнутою послідовністю», оскільки «класична послідовність» передбачала ініціативу споживача, що і впливала на виробничі підприємства.

Глобальний виробник має можливість моделювати потреби споживачів, пропонувати їм унікальну цінність, індивідуалізувати відносини «виробник/споживач» через канали тейлоризації (виготовлення унікальної продукції від нульового циклу конструювання до готової продукції), кастомізації (виробництво на замовлення конкретного споживача), тюнінгізації (створення унікальної продукції на базі стандартизованого базового елемента).