

Розділ 2.

СОЦІАЛЬНІ РЕАЛЬНОСТІ В ЕМПІРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

УДК 316.3(477):330.567.2

Любчук, В. (2018). Споживчі практики як тип повсякденних практик у сучасному українському суспільстві. *Соціологічні студії*, 1(12), 37–41. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-37-41>

Споживчі практики як тип повсякденних практик у сучасному українському суспільстві

Валентина Любчук –
кандидат соціологічних наук,
старший викладач кафедри
загальної і соціальної психології
та соціології,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
Луцьк, Україна
E-mail: veraveran@ukr.net

Valentyna Liubchuk –
PhD in Sociology, Senior Teacher,
Department of General and Social
Psychology, and Sociology
Lesya Ukrainka Eastern European
National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: veraveran@ukr.net

DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-37-41>

Received: January, 2018

1st Revision: March, 2018

Accepted: April, 2018

Споживчі практики визначаються як тип повсякденних практик, що характеризуються наявністю учасників (споживачів), специфікою діяльності, яка є повсякденною та узвичаєною, формується в контексті певної культури та зазнає впливу як зовнішніх, так і внутрішніх змін. Артикуляція споживчих практик полягає в зростаючому інтересі до проблеми споживання, типів споживачів, форм споживання. Реконфігурація споживчих практик визначає характер таких практик, виходячи з культурних та соціальних умов розвитку суспільства. Так, багатство, заможність тривалий період у нашій країні були в статусі маргінальності. На сьогодні бути багатим – бажаний статус для багатьох громадян. Найбільше сучасні споживчі практики зазнають інших змін, пов'язаних із запозиченням зразків, норм, цінностей споживання інших країн та культур. Результати деяких соціологічних досліджень указують на погіршення економічного становища громадян України, що відображається й на їхніх споживчих уподобаннях. Отже, споживчі практики громадян із низьким рівнем доходів характеризуються економією, заощадливістю, відмовою від покупок на тривалий час. Водночас споживчі практики більш заможних верств населення мають тенденцію до розширення напрямів витрат, зокрема на платну освіту або медицину, на дозвілля й відпочинок, на здоров'я тощо, які для них поступово можуть ставати повсякденними.

Ключові слова: споживання, форми споживчих практик, типи споживчих практик, споживач.

Liubchuk Valentyna. Consumer Practices as an Everyday Practices in Modern Ukrainian Society. The author defined consumer practices as the type of everyday practices. According to the phenomenological approach and practical paradigm such practices characterize by three types of changes: articulation, and reconfiguration, and borrowing. Articulation is a process of increased interest in consumer practices in society. Reconfiguration as a type of change is to change the status of marginality of consumer practices to the status of a norm for a given society. Borrowing is perception of the norms and values of other cultures. So, in Ukraine society we have different types of consumer practices. They have a number of specific features as refusal to purchase products and supplies for future use; the emergence of new standards for comparison; appearance of such criteria in the choice of goods, such as reliability, prestige; the emergence of new items of expenditure, in particular, paid medicine, education, new means of communication and some others. All these features of consumer practices are formed in conditions of a state in which separate societies and the world as a whole passed - crisis, emergency, exclusion. Makeev S., Oksamitnaya S. preferred the «singularity» as a quirky combination of events, the crisis in the economy, the state of emergency in culture and the state of exclusiveness in political life. The results of some sociological studies indicate a worsening of the economic situation of Ukrainian citizens, which is reflected in their consumer preferences. Thus, low-income citizens tend to consume consumer savings practices and high-income citizens are guided by consumer practices that are typical of other cultures, such as paid education, medicine, etc. For them, such consumer practices can become routine.

Key words: consumption, consumer practices, everyday practices, consumer.

Любчук Валентина. Потребительские практики как тип повседневных практик в современном украинском обществе. Для выделения специфических характеристик потребительских практик, обращаемся к наследию ученых феноменологического подхода и «практической парадигмы». Потребительские практики определяются как тип повседневных практик, характеризующихся наличием участников (потребителей), совокупностью определенных действий, которые понятны для потребителей, а также учетом изменений, которым подвергаются потребительские практики в процессе развития общества. Результаты некоторых социологических исследований показывают направленность потребительских практик главным образом на экономию и бережливость, а также на восприятие образцов потребления других культур и стран. Для потребителей с низким материальным уровнем больше характерна экономия, а для богатых – восприятие потребительских ценностей других культур.

Ключевые слова: потребление, потребительские практики, повседневные практики, потребитель.

Постановка наукової проблеми та її значення. У сучасному суспільстві все більше уваги приділяють не виробництву товарів, а їх споживанню. Безумовно, це викликано величезною різноманітністю товарів, які різняться ціною, якістю, ефективністю в застосуванні та іншими чинниками. Водночас поняття «споживання», «споживчі практики» вийшли за межі розуміння та дослідження економічних дисциплін і набули міждисциплінарного характеру.

Аналіз останніх досліджень цієї проблеми. В Україні споживання досліджують також із врахуванням сучасних соціальних умов: стану сингулярності (Макеев, Оксамитна, та ін., 2017), можливостей інституціоналізації споживчих практик (Кузьмук, 2015; Штонда, 2015), споживчих практик у контексті розвитку домогосподарств (Пачковський, Максименко, 2014), перспектив споживчих практик у комунікативному аспекті (Сюсель, 2017).

Мета й завдання статті полягають у з'ясуванні форм, типів споживчих практик як типу повсякденних практик та особливостей їх прояву в Україні.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Перш ніж проаналізуємо, які споживчі практики є актуальними для українців, охарактеризуємо поняття «споживчі практики». Для цього звернемося до доробку вчених феноменологічної традиції та «практичної парадигми».

П. Бергер і Т. Лукман, досліджуючи повсякденність та повсякденні практики, виокремили низку характерних рис останніх, визначивши таким чином, специфічні особливості повсякденності: передусім, повсякденні практики передбачають певних виконавців, постають сукупністю узвичаєних дій, відрізняються сприйняттям і розумінням, залежно від культури учасників практик, а також можуть зазнавати певних змін (Бергер, Лукман, 1995).

Беручи за основу бачення П. Бергера та Т. Лукмана, можемо теж виокремити низку специфічних характеристик споживчих практик.

У процес споживання включено тією чи іншою мірою населення країни в цілому, тому учасниками споживчих практик є велика група, яку називають споживачами, що складається з усіх людей, котрі беруть участь у споживанні. Причому для цього немає вікових, статевих, матеріальних й інших обмежень. Розуміння споживання вже вийшло за межі виключно купівельної спроможності громадян, хоча й залишається важливим критерієм у дослідженні споживчих практик, які є зрозумілими, узвичаєними для учасників практик. Якщо розуміння, сприйняття повсякденних практик залежать від культурного та історичного чинників, то для аналізу споживчих практик має значення також і соціально-демографічний чинник, що впливає на рівень, обсяги, зміст споживання для окремої соціально-демографічної групи.

Ще однією важливою рисою споживчих практик є врахування соціальних умов, їх вплив, що призводить до певних соціальних змін. В. Волков та О. Хархордин указують на три способи зміни практик, зокрема артикуляцію, реконфігурацію та запозичення (Волков, Хархордин, 2008).

Артикуляція споживчих практик полягає в підвищеному інтересі до них представників різних наукових напрямів, зважаючи на кризові процеси, процеси сингулярності, формування споживчих практик, вони указують на зміни як на особистісному (рівні споживача), так і на суспільному рівні.

Реконфігурація споживчих практик можлива в контексті рівня споживання. Наприклад, багатство, заможність тривалий час були в статусі маргіальності, а рівність, у тому числі й у сфері споживання, – норма для суспільства. На сьогодні багатство та заможність, сприйняття себе таким перебувають у межах норми.

Запозичення як специфічна риса повсякденності в споживанні розглядається як здатність до отримання нових зразків, норм і цінностей, узятих в інших культур. Наприклад, це може стосуватися шопінгу як специфічної соціокультурної практики, яка поширена в західній культурі та набула поширення й серед українських споживачів (Набруско, 2009).

Сучасні споживчі практики постають своєрідним симбіозом повсякденних споживчих практик, уже впроваджених раніше та сучасних із врахуванням нових соціально-економічних та культурних умов. Представник «практичної парадигми» П. Бурдє, зазначаючи про структурованість соціальної реальності, говорив про розподіл різноманітних ресурсів як матеріального, так і нематеріального характеру, поєднуючи при цьому уявлення людей про ці відносини. Саме поняття «габітус» як структуруюча структура, поєднує минуле, теперішнє, майбутнє, породжуючи таким чином стійкі в часі й просторі практики.

Споживчі практики в сучасному суспільстві характеризуються поєднанням можливостей отримання певних продуктів, послуг, благ у цілому з очікуваннями їх отримання. У цьому контексті П. Бурдє зауважив про тісну кореляцію між об'єктивними ймовірностями й суб'єктивними прагненнями (Бурдє, 2001, с. 44). У такому разі учасники не завжди свідомо оцінюють свої шанси на отримання певних благ.

Сучасна ситуація зі споживанням, його рівнем, обсягами, формуванням певних типів споживання і видів споживачів впливає на необхідність дослідження цих аспектів. Ю. Ф. Пачковський, досліджуючи українські домогосподарства, запропонував виокремити п'ять типів у споживчих практиках. Основним критерієм обрано поведінково-купівельну орієнтацію. Отже, виокремлено п'ять типів у споживчих практиках українських домогосподарств, які інтерпретовано як «консервативний», «естетичний», «новаторський», «ощадливий», «демонстративний» (Пачковський, Максименко, 2014).

На думку вченого, на формування споживчих практик значний вплив чинять ЗМІ, туристичні подорожі громадян, що як формують певні стандарти у сфері споживання, так і стають елементами адаптаційної стратегії (Пачковський, Максименко, 2014).

Але якщо розглядати в цілому, то адаптація до нових умов відображається також у формуванні і нових моделей споживання. Ю. Ф. Пачковський, зокрема, наголосив на таких основних рисах нових моделей споживання, як:

- 1) відмова (навіть у кризових ситуаціях) від купів продуктів і товарів про запас для майбутнього користування;
- 2) виникнення нової референтної групи, «примірювання», «вбудовування» себе в західну систему праці, поява нових еталонів для порівняння;
- 3) поява інших пріоритетів і критеріїв, окрім ціни, під час вибору товарів та продуктів, серед яких – якість, надійність, престижність;
- 4) виникнення нової стратегії вибору товарів довготривалого користування – побутовий маркетинг, вивчення спеціальних довідково-рекламних видань, користування Інтернетом;
- 5) поступове становлення стратегій довгострокового планування великих покупок, можливість накопичувати грошові засоби з цією метою;
- 6) поява нових статей видатків, зокрема платна медицина, освіта, нові засоби комунікації тощо;
- 7) усвідомлення потреби в здоровому способі життя; сприйняття здоров'я як своєрідного капіталу;
- 8) поява нових форм проведення вільного часу (особливо в молоді) та відпочинку, зокрема зростання популярності зарубіжного туризму;
- 9) вестернізація (американізація) багатьох сторін повсякденного життя, прийняття західних стандартів у споживанні (Пачковський, Максименко, 2014).

Усі ці риси споживчих практик формуються в умовах стану, у який перейшли окремі суспільства й світ у цілому – криза, надзвичайність (emergency), виключність. С. Макеєв, С. Оксамитна віддали перевагу «сингулярності» як вигадливому сполученню подій, стану кризи в економіці, стану emergency в культурі та стану виключності в політичному житті (Макеєв, Оксамитна, та ін., 2017, с. 10).

Звернемося до деяких результатів національних щорічних моніторингових опитувань, щоб продемонструвати зміни, які відбулись у характері споживчих практик громадян України. Отже, щодо можливості купити найнеобхідніші речі, то це відзначило понад 60 % респондентів у 2015–2016 рр., що дещо вище, аніж у 2014 р. (55,3 %) (Результати..., 2016). Особливо помітні зміни в

можливостях харчування відповідно до своїх уподобань: понад 50 % громадян указали на відсутність такої можливості (2016 р.), причому ця тенденція помітною ще два роки тому, оскільки у 2014 р. такої можливості не мали 43,8 %, у 2016 р. – 49,8 % відповідно (Результати..., 2016).

Звернення до результатів іншого соціологічного дослідження теж показало значне зростання негативних оцінок матеріального становища сім'ї, що спостерігали у 2013–2015 рр. Якщо у 2013 р. близько 25 % сімей відзначали погіршення свого матеріального становища, що означало скорочення статті витрат, економії, то у 2015 р. частка таких сімей зросла до 65 % (Макеев, Оксамитна, та ін., 2017, с. 67).

Головним чинником деяких показників є, безумовно, економічний, зниження рівня купівельної спроможності, зниження рівня ощадливості тощо.

Центр ім. Разумкова запропонував використовувати поняття економічної спроможності для випадку України, що охоплює не лише традиційно розглядану купівельну спроможність населення, але й економічну стійкість – здатність «усередненого» домогосподарства (сукупності більшості домогосподарств чи суспільства в цілому) до життєдіяльності за умови втрати джерел поточного доходу впродовж певного періоду часу. Термін економічної стійкості є важливою умовою відчуття захищеності та впевненості в завтрашньому дні, що, дасть змогу будувати довгострокові стратегії економічної поведінки, як, зрештою, і споживчих практик. Розроблений Центром ім. Разумкова у 2017 р. Індекс економічної спроможності населення (Індекс ЕСН) містить різні аспекти поточної купівельної спроможності, доступу до грошових ресурсів, а також фінансової стійкості громадян (насамперед у частині їх заощаджень) і може слугувати оцінкою стану та тенденцій соціально-економічного середовища України в цілому (Україна 2017–2018..., с. 36).

Для побудови Індeksu ЕСН обрано 16 показників (підрядних індексів), які об'єднано в чотири групи: заробітна плата й мінімальні соціальні стандарти, диспропорції в доходах і заборгованості, заощадження та доступність грошових ресурсів, демографія й зайнятість. Індекс ЕСН упродовж 2017 р. показав помітне підвищення значення. Названо низку складників такого покращення, зокрема:

- посилення макроекономічних стабілізаційних процесів, у т. ч. уникнення значної девальвації гривні, а також зниження індексу споживчих цін (інфляції);
- підвищення середніх зарплат також сприяло певному покращенню ситуації із заборгованостями з виплат заробітної плати, а також оплати житлово-комунальних послуг (у т. ч. завдяки запровадженій системі субсидій);
- послаблення (й навіть зниження) регіональних і галузевих диспропорцій (темпи підвищення зарплати у відносно «бідних» областях перевищували такі темпи у відносно «багатих», а також прискорене підвищення зарплати в гуманітарних сферах, порівняно з виробничими);
- покращення ситуації у сфері зайнятості (зростання пропозиції й зменшення навантаження на вакантні посади).

Але при цьому залишаються незадовільними показники, пов'язані із заощадженнями населення та його кредитуванням. Спостерігаємо продовження зниження чисельності наявного населення та його структуру в Україні, що, у свою чергу, відіб'ється й на споживанні та споживчих практиках (Україна 2017–2018..., с. 36; Шангіна, Юрчишин, 2017).

Схожі тенденції щодо заощаджень, кредитування простежено й наприкінці 2017 р. Як відзначає О. М. Балакірева, відбулося зменшення частки тих, хто оцінював матеріальне становище своєї сім'ї як середнє, та збільшення розміру груп із низьким рівнем добробуту. Останні дані свідчать про припинення цієї тенденції та повернення до показників березня – серпня 2014 р.

Змушені економити, насамперед, на продуктах харчування, одязі, лікуванні, відпочинку та дозвіллі, транспортних витратах і комунальних платежах 84 % домогосподарств (Балакірева, Дмитрук, 2018, с. 107, с. 109).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи, можемо зазначити, що споживання та споживчі практики в Україні постійно зазнають змін під впливом різноманітних чинників, як внутрішніх (соціально-економічного, політичного, культурного), так і зовнішніх (переважно тих, які запозичуються з інших країн та культур). Спостерігається тенденція до споживчих практик, що ґрунтуються на економії й заощадливості, виходячи зі складного економічного становища країни. Однак економія на звичних статтях витрат характерна для споживачів із низьким і середнім рівнями

доходів. Для споживачів із рівнем доходів вищим за середній та високим, окрім звичних витрат на продукти харчування, одяг тощо, характерне витрачання коштів, наприклад, на платну медицину чи освіту, здоров'я (не лише лікування, але й підтримання відмінної фізичної форми). Для цієї категорії споживачів такі практики стають повсякденними.

Джерела та література

1. Балакірева, О. М., Дмитрук, Д. А. (2018). Динаміка соціально-економічних оцінок і очікувань населення України наприкінці 2017 р., *Український соціум*, № 1 (64), С. 95–111.
2. Бергер, П., Лукман, Т. (1995). Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва : Медиум, 323 с.
3. Бурдье, П. (2001). *Практический смысл* [Пер. с фр.]. Санкт-Петербург : Алетея, 562 с.
4. Волков, В., Хархордин, О. (2008). *Теория практик*. Санкт-Петербург : Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге, 298 с.
5. Кузьмук, О. М. (2015). Особливості інституціоналізації споживацької поведінки в українському суспільстві. *Грані*, №3 (119), С. 68–71.
6. Макеєв, С., Оксамитна, С. та ін. (2017). Стан сингулярності: соціальні структури, ситуації, повсякденні практики. Київ : НаУКМА, 180 с.
7. Набруско, І. Ю. (2009). Шопінг як специфічна соціокультурна практика сучасного суспільства. *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*, Том 96, С. 77–81.
8. Пачковський, Ю. Ф., Максименко, А. О. (2014). *Споживча поведінка українських домогосподарств* : монографія. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 292 с.
9. *Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992-2016 років* (2016). Отримано 25.05.2018 з <http://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/dodatki2016.pdf>
10. Сюсель, Ю. (2017). *Соціофілософський аспект споживацької поведінки як комунікативної дії* : монографія. Київ : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 182 с.
11. Україна 2017–2018: Нові реалії, старі проблеми (2018). Україна-2017: повільний рух вперед. Прогнози-2018. Громадська думка про підсумки 2017 р. Київ, 142 с.
12. Шангіна, Л., Юрчишин, В. (2017). Індекс поточної економічної спроможності: комплексна оцінка соціально-економічної ситуації в Україні. Київ : Заповіт, 44 с.
13. Шконда, І. (2015). Теоретичні підходи до соціологічних досліджень практик споживання. *Соціологічні студії*, № 1(6), С. 34–39.

References

1. Balakireva, O. M., Dmytruk, D. A. (2018). Trends of socio-economic assessments and expectations of Ukraine's population in the end of 2017., *Ukrainian socium*, 1 (64), Pp. 95–111.
2. Berger, P., Luckmann, T. (1995). The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge. Moscow : Medium, 323 p.
3. Burde, P. (2001). *Practical sense*. St.Petersburg : Aleteya, 562 p.
4. Volkov, V., Harhordin, O. (2008). *Theory of practices*. St.Petersburg: Publisher of the European university at St. Petersburg, 298 p.
5. Kuzmuk, O. (2015). The features of institutionalization of consumer behavior in Ukrainian society. *Grani*, 3 (119), Pp. 68–71.
6. Makeev, S., Oksamytna, S., and other (2017). State of singularity: social structures, situations, everyday practices. Kyiv : NaUKMA, 180 p.
7. Nabrusko, I. Y. (2009). Shopping as a special socio-cultural practice of a modern society. *Scientific notes of NaUKMA. Sociological Sciences*, Vol. 96, Pp. 77–81.
8. Pachkovskyy, Y. F., Maksymenko, A. O. (2014). *Consumer behavior of Ukrainian households* : monograph. Lviv : the Ivan Franko National University of Lviv, 292 p.
9. *Results of national annual monitoring surveys 1992–2016* (2016). Retrived May 25, 2018 from <http://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/dodatki2016.pdf>
10. Siusel, Y. (2017). Socio-philosophical aspect of consumer behavior as a communicative action: monograph. Kyiv : Company «NVP «Interservice», 182 p.
11. Ukraine 2017–2018: New realities, old problems (assessments). (2018). Ukraine-2017: Slowly but Surely Moving Forward Forecasts-2018 Public Opinion on the Results of 2017. Kyiv, 142 p.
12. Shanhina, L., Yurchyshyn, V. (2017). Index of Current Economic Capacity: comprehensive assessment of socio-economic situation in Ukraine. Kyiv : Zapovit, 44 p.
13. Shkonda, I. (2015). Theoretical Approaches to the Sociological Studies of Consumption Practices. *Sociological Studios*, 1(6), Pp. 34–39.