

**Чала Вероніка Сергіївна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародної економіки  
та публічного управління і адміністрування*

*Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

## **ТРЕНД КОНСЬЮМЕРІЗМУ В СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛЬНІЙ СИСТЕМІ СПОЖИВЧИХ ВІДНОСИН**

Як відомо, об'єктивність процесу неухильного нарощування масштабів і диверсифікації структури споживання втілюється у всезагальному економічному законі зростання потреб, який виражає внутрішньо необхідні, суттєві і сталі зв'язки між прогресом технологічного способу виробництва, еволюцією системи суспільних відносин, з одного боку, та кількісним зростанням, якісним удосконаленням і збагаченням потреб суспільства, з другого [1, с. 548]. У практичній площині це означає по суті розбудову гіпертрофованого глобального суспільства споживання, яке базується на поширенні споживчих моделей *консюмеризму*, котрі характеризуються споживацьким фетишизмом та орієнтацією економічних суб'єктів на досягнення соціального панування через споживання на основі сповідування відповідної системи морально-етичних принципів. Саме споживчий тренд консюмеризму детермінує штучне формування ринком чимраз більшої кількості економічних потреб і запитів споживачів, мультиплікуючи у такий спосіб масштаби залученої у виробництво ресурсної бази та посилюючи антропогенне навантаження на довкілля. Достатньо сказати, що, згідно досліджень західних учених, базовим потребам споживачів відповідає на сьогоднішній день лише третина глобального обсягу пропонованих їм товарів [2]. Решта ж представленого на ринку товарного асортименту спрямована на задоволення похідних потреб споживачів, а також згенерованих чи агресивно нав'язаних ринком потреб. У результаті –

«вибухоподібний» розвиток ритейлівського сегменту торговельної діяльності насамперед за участі мережевих магазинів роздрібної торгівлі, котрі утримують лідерські позиції у задоволенні глобального споживчого попиту завдяки ефективній оптимізації трансакційних витрат, імплементації у господарській діяльності централізованих систем управління й оперативному виходу на нові сегменти глобального ринку. Як демонструють дані, наведені у табл. 1, на топ-10 найбільших глобальних ритейлівських мереж у 2022 р. припадало 671,2 млрд дол. США сукупного обсягу отриманих міжнародних доходів; понад 1,8 трлн дол. – загального обсягу роздрібних продажів та більше 103 тис магазинів, у тому числі 56,7 тис – міжнародних.

Ще одним красномовним підтвердженням динамічного поширення у глобальній системі споживчих відносин тренду консьюмеризму та тісно пов'язаного з ним марнотратного споживання ресурсів є також дані щодо *нагромаджених у світі відходів продуктів харчування*. Останні, на наше тверде переконання стали просто ганебною для світового співтовариства практикою, особливо за умов значного загострення глобальної продовольчої проблеми на тлі російсько-української війни. Так, щороку у світі втрачається або марнується близько 1,3 млрд тон продуктів харчування, що становить одну третину глобального обсягу їх виробництва. У вартісному вираженні це дорівнює 680 млрд дол. США за групою розвинутих держав та 310 млрд – за країнами, що розвиваються. Водночас у продуктовому вимірі найвищий рівень глобальних харчових відходів зафіксований нині для зернових культур – 30% світового виробництва, коренеплодів, фруктів та овочів – 40-50%, олійних культур, м'яса та молочних продуктів – 20%, риби – 30% відповідно [3].

Не менш вражаючими є й масштаби марнування харчів на рівні роздрібних торговельних мереж з причин недотримання суворих стандартів якості в частині зовнішнього вигляду. Наприклад, тільки у Великобританії неналежний зовнішній вигляд 30% овочевих культур є причиною неможливості їх збуту каналами роздрібної торгівлі [4]; а домогосподарства цієї держави щороку викидають близько 6,7 млн тон їжі, що становить одну третину з 21,7 млн тон

придбаних продуктів харчування. Це означає, що близько 32% куплених за рік британськими домогосподарствами харчів взагалі не споживається, більшість з яких (майже 6 млн тон, або 88%) активно збирається сьогодні органами місцевої влади [3].

Якщо ж до зазначених витрат додати ще й обсяги державного субсидування сільського господарства, то масштаби фінансового марнотратства просто вражають. Наприклад, лише у Європейському Союзі у 2019 р. на прямі виплати аграріям було витрачено 38,2 млрд євро, на розвиток сільських районів – 13,8 млрд, а на підтримку ринку сільськогосподарської продукції – 2,4 млрд [6]. У 2020 р. загальний обсяг державної підтримки сільського господарства становив: у США 0,46% валового внутрішнього продукту, Канаді – 0,39%, Великобританії – 0,3%, Норвегії – 0,79%, Швейцарії – 1,1%, Китаї – 1,6% відповідно [7]. Тож зазначені цифри є переконливим доказом міцного закріплення у глобальній споживчій моделі деформованого механізму ринкового збуту продуктів харчування, за якого великомасштабні харчові відходи формуються практично за усіма ланками продовольчого вартісного ланцюга. Він набув свого інституційного оформлення, як ми знаємо, у другій половині ХХ ст. у країнах Північної Америки і Західної Європи і був спрямований на забезпечення доступними харчовими продуктами широких верств населення насамперед на основі їх надвиробництва. Повне ж ігнорування факторів забруднення водойм і землі, зменшення біорізноманіття і популяцій тваринного світу, поширення різного роду токсичних хімікатів і пестицидів стали причиною небаченого «сплеску» фінансових витрат на сільськогосподарське виробництво.

За умов колосальних витрат продуктів харчування та у параметрах розбудови глобальної зеленої екосистеми це означає не тільки марнотратне залучення у виробничі процеси колосального обсягу природного капіталу і ресурсів (води, землі, енергії, робочої сили, фінансування тощо), але й генерування усезростаючих мас «холостих» викидів парникових газів, які є причиною стрімких кліматичних змін, глобального потепління та значного посилення антропогенного навантаження на довкілля.

Таблиця 1

## Топ-10 найбільших глобальних ритейлівських мереж у 2022 р.

Рей- тинг	Ритейлівська мережа (країна походження)	Сфера бізнесу	Кількість багів рейтингу	Скупний обсяг міжнародних доходів, млрд дол. США	Скупний обсяг роздрібних продажів, млрд дол. США	Кількість міжнародних магазинів, од.	Загальна кількість магазинів, од.	Кількість країн здійснення операцій, од.
1	Walmart (США)	Мережа гіпермаркетів	395,6	84,34	538,15	5175	10431	25
2	Amazon.com (США)	Електронна комерція	335,6	113,64	330,20	21	555	21
3	Schwarz Group (Німеччина)	Мережа продуктових магазинів зі знижками	238,3	106,04	158,58	9368	13334	30
4	Aldi	Мережа продуктових магазинів зі знижками	215,8	98,95	134,67	8969	13124	18
5	Costco (США)	Мережа клубних закладів	163,7	46,76	187,16	268	829	13
6	Ahold Delhaize (Нідерланди)	Мережа продуктових магазинів	151,1	69,67	93,20	5406	7519	9
7	Carrefour (Франція)	Мережа гіпермаркетів	145,3	61,69	105,42	7893	13712	34
8	ІКЕА (Швеція)	Мережа меблевих магазинів	101,2	50,05	52,21	446	466	52
9	Seven & 1 (Японія)	Мережа зручних магазинів	94,6	30,71	97,08	18834	40773	10
10	The Home Depot (США)	Мережа магазинів для ремонту і оздоблення приміщень	85,2	9,35	142,27	323	2298	6
<b>Усього Топ – 10</b>			<b>X</b>	<b>671,2</b>	<b>1838,94</b>	<b>56703</b>	<b>103041</b>	<b>X</b>

Джерело: розраховано і побудовано автором за даними [5]

Тож робимо **висновок**: саме у сфері споживання, як в жодній іншій, можемо спостерігати на сьогодні надпотужний вплив механізмів соціальної структуризації суспільства, котрі з усією очевидністю «оголюють» усі нагромаджені тут економічні суперечності, деформації, асиметрії та характер соціально-економічних відносин. Йдеться насамперед про глибоку асинхронність споживчих циклів середнього споживача та циклів речовинного кругообігу середнього біогеоценозу, що справляє у край негативний вплив на довкілля. Поряд з наростанням внутрішньо- і міждержавних асиметрій соціально-економічного розвитку та поляризацією кількісних і структурних показників споживання, одним з найбільш антагоністичних «вузлів» економічних суперечностей, що сформувались в останні десятиліття у сфері глобальних споживчих відносин, є протиріччя між невпинно зростаючими потребами світових споживачів та нездатністю наявних ресурсів їх задовольнити.

### Література:

1. Економічна енциклопедія : У трьох томах. Т. 1. Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. 863 с.
2. Дорошкевич А. С. Суспільство споживання: морально-соціальні наслідки. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2012. № 4(14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suspilstvo-spozhivannya-moralno-sotsialni-naslidki>
3. Worldwide food waste. UNEP. URL: <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>
4. Almost half of the world's food thrown away, report finds. The Guardian, 10.01.2013. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2013/jan/10/half-world-food-waste>
5. Top 50 Global Retailers 2022. National Retail Foundation, March 23, 2022. URL: <https://nrf.com/resources/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2022>
6. EU agriculture statistics: subsidies, jobs, production (infographic). European Parliament. News, 24.11.2021. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20211118STO17609/eu-agriculture-statistics-subsidies-jobs-production-infographic>
7. Support for agriculture. Compare your country. URL: <https://www.compare-your-country.org/support-for-agriculture>